

ACEF/1112/16282 — Guião para a auto-avaliação

Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Instituto Politécnico De Bragança

A1.a. Descrição da instituição de ensino superior / Entidade instituidora (proposta em associação):

Instituto Politécnico De Bragança

A2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Escola Superior De Comunicação, Administração E Turismo De Mirandela

A2.a. Descrição da unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

Escola Superior De Comunicação, Administração E Turismo De Mirandela

A3. Ciclo de estudos:

Marketing

A3. Study cycle:

Marketing

A4. Grau:

Licenciado

A5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (nº e data):

Despacho n.º 15 350-R/2007, Diário da República, 2.ª série — N.º 133 — 12 de Julho de 2007

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing

A6. Main scientific area of the study cycle:

Marketing

A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF).

342

A7.2. Classificação da área secundária, do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

Na

A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

Na

A8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

180

A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006):

6 semestres

A9. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006):

6 semesters

A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:

40

A11. Condições de acesso e ingresso:

As condições de acesso ao ciclo de estudos são as que constam da descrição do Sistema de Ensino Superior Português, disponibilizada pelo NARIC (www.naricportugal.pt/NARIC).

Podem candidatar-se, através de concurso nacional, os estudantes que obtenham uma classificação mínima de 95 pontos (numa escala de 0 a 200) numa das seguintes provas nacionais de ingresso: 04 - Economia, 17 - Mat. Apl. Ciências Soc. ou 18 - Português.

A média de ingresso é calculada com base na fórmula 65% secundário + 35% ingresso.

Aplica-se preferência regional 50% para Braga, Bragança, Porto, Viana do Castelo, Vila Real.

A11. Entry Requirements:

The access conditions are listed in the Portuguese Higher Education, available in (www.naricportugal.pt/NARIC).

The entry exams are 04 Economics or 17 – Math Applied to Social Sciences or 18 - Portuguese.

The average entry score is calculated based on the formula 65% secondary + 35% entry requirements.

It is given regional preference to Braga, Bragança, Porto, Viana do Castelo, Vila Real.

A12. Ramos, opções, perfis...

Pergunta A12

A12. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Não

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study cycle (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

<sem resposta>

A13. Estrutura curricular

Mapa I -

A13.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

A13.1. Study Cycle:

Marketing

A13.2. Grau:

Licenciado

A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)*<sem resposta>***A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***A13.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Economia e Gestão	EG	36	0
Marketing	Mkt	66	0
Ciências da Comunicação	CCm	18	0
Matemática e Métodos Quantitativos	MMQ	18	0
Informática	Inf	24	0
Direito	Dto	12	0
Línguas	Lng	6	0
(7 Items)		180	0

A14. Plano de estudos**Mapa II - - 1.º semestre****A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***1st semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Informática	Inf	Semestral	162	TP: 30; PL: 30; OT: 20	6	Nada a assinalar

Direito do Marketing I	Dto	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Noções de Gestão	EG	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Noções Gerais de Contabilidade	EG	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Elementos de Marketing I	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
(5 Items)						

Mapa II - - 2.º semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

A14.1. Study Cycle:

Marketing

A14.2. Grau:

Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2.º semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inglês Técnico e Comercial	Lng	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Matemática	MMQ	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Direito do Marketing II	Dto	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Metodologias e Comunicação	CCm	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Elementos de Marketing II	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
(5 Items)						

Mapa II - - 3.º semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

A14.1. Study Cycle:

Marketing

A14.2. Grau:
Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
3.º semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
3rd semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan						
Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estatística	MMQ	Semestral	162	TP: 50; PL: 10; OT: 20	6	Nada a assinalar
Semiótica	CCm	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Controlo de Gestão	EG	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Economia	EG	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Comportamento do Consumidor	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
(5 Items)						

Mapa II - - 4.º semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Marketing

A14.1. Study Cycle:
Marketing

A14.2. Grau:
Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)
<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
4.º semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
4th semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estatística Aplicada	MMQ	Semestral	162	TP: 40; PL: 20; OT: 20	6	Nada a assinalar
Design	CCm	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Sistemas de Informação para a Gestão	Inf	Semestral	162	TP: 10; PL: 50; OT: 20	6	Nada a assinalar
Marketing Industrial e de Serviços	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Comunicação em Marketing	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
(5 Items)						

Mapa II - - 5.º semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***A14.1. Study Cycle:***Marketing***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***5.º semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***5th semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Elementos de Finanças Empresariais	EG	Semestral	162	TP: 50; PL: 10; OT: 20	6	Nada a assinalar
Multimédia	Inf	Semestral	162	T: 15; PL: 45; OT: 20	6	Nada a assinalar
Gestão de Aprovisionamentos e Logística	EG	Semestral	162	TP: 30; PL: 30; OT: 20	6	Nada a assinalar
Marketing Estratégico e Internacional	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Pesquisa de Mercados e Métodos de Previsão	Mkt	Semestral	162	TP: 40; PL: 20; OT: 20	6	Nada a assinalar
(5 Items)						

Mapa II - - 6.º semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

A14.1. Study Cycle:

Marketing

A14.2. Grau:

Licenciado

A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

6.º semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

6th semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Tecnologias da Informação	Inf	Semestral	162	TP: 30; PL: 30; OT: 20	6	Nada a assinalar
Gestão Comercial	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Gestão de Produtos e Marcas	Mkt	Semestral	162	TP: 60; OT: 20	6	Nada a assinalar
Projecto/Estágio	Mkt	Semestral	324	Projeto= S: 5; OT: 20; Estágio= S:5; E: 225; OT:20	12	Nada a assinalar
(4 Items)						

Perguntas A15 a A16

A15. Regime de funcionamento:

Diurno

A15.1. Se outro, especifique:

Não aplicável.

A15.1. If other, specify:

Not applicable.

A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)

Luísa Margarida Barata Lopes

A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço

Mapa III - Protocolos de Cooperação

Mapa III - Associação de Desenvolvimento da Rota do Azeite de Trás-os-Montes

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Associação de Desenvolvimento da Rota do Azeite de Trás-os-Montes

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Associação de Desenvolvimento da Rota do Azeite de Trás-os-Montes_word sem assinaturas.pdf](#)

Mapa III - Escola Profissional de Felgueiras

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Escola Profissional de Felgueiras

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Escola Profissional de Felgueiras.pdf](#)

Mapa III - Quintas de Melgaço - Agricultura e Turismo, SA

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Quintas de Melgaço - Agricultura e Turismo, SA

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Quintas de Melgaço.pdf](#)

Mapa III - IMKT - Comércio, Marketing e Comunicação

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

IMKT - Comércio, Marketing e Comunicação

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._IMKT.pdf](#)

Mapa III - Quinta dos Holminhos

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Quinta dos Holminhos

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Quinta dos Holminhos.pdf](#)

Mapa III - Intermarché

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Intermarché

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Intermarché.pdf](#)

Mapa III - Gil Vicente Futebol Clube

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Gil Vicente Futebol Clube

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Gil Vicente Futebol Clube.pdf](#)

Mapa III - Fnac Guimarães Shopping

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Fnac Guimarães Shopping

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Fnac Guimarães Shopping.pdf](#)

Mapa III - Maçã. Com

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Maçã. Com

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Maçã.com.pdf](#)

Mapa III - Procalçado - Produtora de Componentes para Calçado, SA

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Procalçado - Produtora de Componentes para Calçado, SA

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Procalçado.pdf](#)

Mapa III - RLZ - Representações e Serviços, SA

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

RLZ - Representações e Serviços, SA

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._RLZ.pdf](#)

Mapa III - Estação do Corte , Soluções em Vidro, Lda

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Estação do Corte , Soluções em Vidro, Lda

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Estação do Corte.pdf](#)

Mapa III - Animationspirit, Lda

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Animationspirit, Lda

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Animationspirit.pdf](#)

Mapa III - Pingo Doce

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Pingo Doce

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Pingo Doce \(2\).pdf](#)

Mapa III - Lookware – Comunicação e Imagem, Lda

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Lookware.pdf](#)

Mapa III - Companhia Portuguesa de Hipermercados, SA

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Companhia Portuguesa de Hipermercados, SA

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Companhia Portuguesa de Hipermercados, SA.pdf](#)

Mapa III - Casa dos Frangos de Amarante

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Casa dos Frangos de Amarante

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Casa dos Frangos de Amarante.pdf](#)

Mapa III - Transcoura- Transportes de Carga de Coura

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Transcoura- Transportes de Carga de Coura

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Transcoura,SA.pdf](#)

Mapa III - Lambda Golf Shoes

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Lambda Golf Shoes

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Lambda Golf.pdf](#)

Mapa III - Caixa Geral de Depósitos

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Caixa Geral de Depósitos

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Caixa Geral de Depósitos.pdf](#)

Mapa III - Adega Cooperativa de Valpaços

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Adega Cooperativa de Valpaços

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Adega Cooperativa de Valpaços.pdf](#)

Mapa III - Têxtil Manuel Gonçalves, SA

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Têxtil Manuel Gonçalves, SA

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Têxtil Manuel Gonçalves, SA.pdf](#)

Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes

A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)
Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

[A17.2._Mapa de Estágios 2011_2012.pdf](#)

A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.

A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.

A EsACT possui um Gabinete de Estágios que, em conjunto com os coordenadores das unidades curriculares de Projecto e Estágio dos diferentes ciclos de estudos, o secretariado e a direcção da escola implementa o Regulamento da Unidade Curricular de Projeto/Estágio das Licenciaturas. Neste âmbito, a organização da unidade curricular de Projeto/Estágio do ciclo de estudos de Marketing segue um procedimento estruturado em 3 etapas: planeamento (divulgação de protocolos, afectação de locais de estágio e projectos disponíveis, oficialização e contratualização), realização do projecto ou estágio (acompanhado por supervisores nas entidades de acolhimento e orientadores na EsACT) e avaliação.

A17.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.

The school has an Internships Office, which together with the coordinators of the curricular units of Project and Internship of the different study cycles, the secretariat and the board of directors implements the Curricular Unit Regulation of Project/Internships for Undergraduate Study Cycles. In this context, the organization of the curricular unit of Project / Internship of the study cycle of Marketing follows a structured procedure in three steps: planning (dissemination of protocols, affectation of internship places and projects available, official and contract), the project or stage (accompanied by supervisors in training institutions and counselors in EsACT) and evaluation.

A17.4. Orientadores cooperantes

A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB).

A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)
Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

[A17.4.1._reg_estagio_esact_sem_anexos.pdf](#)

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).

A17.4.2. Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study cycles)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
-------------	---	---	--	---

<sem resposta>

Pergunta A18 e A19

A18. Observações:

O ciclo de estudos encontra-se organizado por semestres, prevendo uma tipologia de unidades

curriculares diversificada. As metodologias de ensino são variadas e pretendem que o aluno se torne mais autónomo e responsável ao longo do processo de aprendizagem. É valorizada a comunicação entre docentes e alunos, privilegiando a disponibilidade e a participação activa do aluno. Nas aulas teóricas e/ou teórico práticas é utilizado o método expositivo com recurso a meios audiovisuais, são dados exemplos e casos de estudos, bem como propostos temas para debate e exercícios para resolução. Nas aulas laboratoriais os alunos tomam contacto com equipamentos e aplicações específicas resolvendo, individualmente ou em grupo, exercícios ou pequenos projectos. No último semestre do curso, o aluno, realiza um projeto académico ou um estágio em ambiente profissional.

Os resultados de aprendizagem são estabelecidos tendo em conta os vários domínios de aprendizagem. O aluno deverá adquirir conhecimento, compreendê-lo, ser capaz de o aplicar e ter capacidade de análise crítica que lhe permita avaliar os resultados. Deverá desenvolver a vontade de aprender, participando nas aulas e na realização de tarefas de forma activa, organizando o conhecimento adquirido e demonstrar atitudes construtivas, de valorização pessoal e de respeito pelas ideias dos outros. O aluno deverá adaptar-se a equipamentos e ferramentas de trabalho pela prática, por imitação ou tentativa e erro. Deverá empenhar-se nas tarefas propostas sendo criativo e usando a imaginação.

A avaliação é definida de acordo com a especificidade de cada unidade curricular, sendo os resultados de aprendizagem e os critérios para a sua realização identificados pelo docente e pelo aluno no início de cada semestre. Os elementos de avaliação de que resulta a classificação final são diversos e distribuídos ao longo do semestre, consistindo na resolução de exercícios, de resposta fechada e resposta aberta, provas escritas, trabalhos de pesquisa, trabalhos de investigação ou relatórios.

A18. Observations:

The study cycle is structured in semesters, comprising a diverse typology of curricular units. The teaching process is based on varied methodologies, aiming at the autonomy and responsibility of the student through the learning process. The communication between teachers and students is valued, focusing on the availability and participation of the student. Theoretical lectures are based on presenting and explaining concepts with the help of audiovisual equipment, as well as studying and discussing practical examples and exercises. In laboratorial lectures, students get to learn and use specific equipment, either individually or in group, solving exercises or working on small projects. On the last semester, the student, has to do an investigation project or complete a work placement period under the supervision of the organisation staff.

The definition of the learning outcomes is based on several domains of knowledge. The student should acquire knowledge, as well as the ability to understand it, should be able to use it and should develop the ability of critically analysing the results. He should be able to improve the will to learn, participate and pro-actively fulfill tasks, showing constructive behaviour and respect for other peoples' ideas. The student should be able to adapt to different equipment and work tools through practical work, by imitation or trial and error. He should get committed in the tasks at hand through commitment and creativity.

The evaluation of competences is defined according to the specificities of each curricular unit, by discussing the learning outcomes with the students in the beginning of each semester. The assessment elements, in which the final rating is based, are diverse and distributed along the semester, comprising the resolution of exercises, either multiple choice or open text, examinations, team work, research projects and reports.

A19. Participação de um estudante na comissão de avaliação externa

A Instituição põe objecções à participação de um estudante na comissão de avaliação externa?

Não

1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

Os objectivos do ciclo de estudos em Marketing são baseados nas condições próprias de evolução da actividade, num contexto de profunda transformação e adequação às exigências de competitividade. A partir destes pressupostos definiram-se os seguintes objectivos gerais: proporcionar uma sólida formação em Marketing e Ciências da Comunicação associada ao conhecimento da Economia e Gestão; complementar esta formação com as áreas da Informática, Matemática e Métodos Quantitativos, Direito e Língua Inglesa; compatibilizar uma sólida formação teórica com uma indispensável familiaridade com as práticas desta actividade; dotar os licenciados de capacidade empreendedora e versatilidade para responder aos desafios do mercado.

Pretende-se formar licenciados para diversas áreas, nomeadamente: Direção Comercial, Direção de Marketing, Gestão de Produtos e Marcas, Gestão de Distribuição, Market Research, CRM, Gestão de

1.1. Study cycle's generic objectives.

The main objectives of the study cycle in marketing are defined based on the natural evolution of the marketing activity that happens in a context of deep transformation and need to adjust to competitive demand. From those assumptions the main objectives for the study cycle in marketing were established, namely: to grant a strong education in marketing and communication science along with a knowledge of economics and management; to add an education in informatics, mathematics, law and English language; to engage the theoretical training with a practical knowledge in the marketing area; to develop the graduates' entrepreneurship skills and versatility in order to better respond to the markets demands. Intends to form graduates who can work in several areas, namely: Commercial Management, Marketing Management, Product and Brand Management, Distribution Management, Market Research, CRM, Electronic Commerce Management, Communication Management and related areas, Consulting and Training.

1.2. Coerência dos objectivos definidos com a missão e a estratégia da instituição.

Nos termos dos respectivos estatutos, o Instituto Politécnico de Bragança (IPB) é uma instituição pública de ensino superior que tem por missão a criação, transmissão e difusão do conhecimento técnico-científico e do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental. O IPB desenvolve esta missão em articulação com a sociedade, numa perspectiva de coesão territorial e de afirmação nacional e internacional, com vista ao desenvolvimento da região.

Por outro lado, existe na região um conjunto de oportunidades que decorrem das dinâmicas locais, dos recursos do território e dos recursos humanos. Estas permitem conceber o desenvolvimento da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo (EsACT) num quadro estratégico de “novas realidades, novos rumos”, com um projecto educativo diferenciado. Em todo o sistema de ensino superior (público e privado, universitário e politécnico), a licenciatura em Marketing destaca-se como a única licenciatura da área de Marketing de toda a região de Trás-os-Montes, o que contribui inegavelmente para a consolidação da oferta educativa. Nesta região é inegável a necessidade do tecido empresarial e organizacional ampliar a sua acção ao nível da implementação do Marketing, promovendo o desenvolvimento e

lançamento com sucesso de novos produtos/serviços, criando e gerindo correctamente novas marcas, tanto nos mercados nacionais como internacionais e potenciando os relacionamentos com clientes actuais e potenciais e demais stakeholders.

1.2. Coherence of the study cycle's objectives and the institution's mission and strategy.

Under its statutes, the Polytechnic Institute of Bragança (IPB) is a public institution of higher education with the mission of the creation, transmission and dissemination of technical scientific and professional knowledge, through the joint study, education, targeted research and experimental development. IPB develops this mission in conjunction with the society from the perspective of territorial cohesion and national and international assertiveness, to develop the region.

On the other hand, exists in the region a number of opportunities arising from the local dynamics, resource planning and human resources. Those allow to consider the development of the School of Public Management, Communication, and Tourism (EsACT) in a strategic framework of "new realities, new directions", with a differentiated education plan. Across the higher education system (public and private, universities and polytechnics), the degree in Marketing stands out as the only degree covering Marketing issues in the entire region of Trás-os-Montes, which undoubtedly contributes to the consolidation of educational provision. On this region the need for superior concern and implementation of marketing strategies among firms and organizations is unquestionable, promoting the creation and development of successful products and services, managing brands in national and international markets, and promoting relationships with customers and prospects and other stakeholders.

1.3. Meios de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes envolvidos no ciclo de estudos.

A divulgação dos objectivos institucionais estatutariamente definidos é concretizado pelas estruturas científico-pedagógicas do IPB e da EsACT, nomeadamente órgãos de gestão, conselho técnico-científico (CTC), conselho pedagógico, departamentos e comissões de curso.

1.3. Means by which the students and teachers involved in the study cycle are informed of its objectives.

The disclosure of the statutorily defined institutional objectives is carried out by IPB and EsACT scientific-pedagogical structures, including management bodies, technical-scientific board (CTC), pedagogical board, departments and degree commissions.

2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

2.1 Organização Interna

2.1.1. Descrição da estrutura organizacional responsável pelo ciclo de estudo, incluindo a sua aprovação, a revisão e actualização dos conteúdos programáticos e a distribuição do serviço docente.

A escola possui uma organização matricial, onde cada departamento lecciona unidades curriculares de vários cursos.

As propostas de criação de ciclos de estudos partem da direcção, que tem como órgão consultivo o conselho permanente (constituído por todos os coordenadores de departamento), sendo depois criadas comissões de trabalho (com elementos dos vários departamentos) para elaborar a proposta que é apresentada ao CTC da Escola e da Instituição (IPB).

Depois de aprovado o ciclo de estudos, é criada a comissão de curso, que integra docentes e alunos, à qual pertence o director de curso. Esta comissão, que faz parte do conselho pedagógico, é responsável por monitorizar o funcionamento das várias UCs, solicitando aos departamentos, sempre que necessário, a revisão e a actualização dos conteúdos programáticos.

Os departamentos são responsáveis pelas propostas de serviço docente, analisadas pelo CTC e homologadas pelo Director.

2.1.1. Description of the organisational structure responsible for the study cycle, including its approval, the syllabus revision and updating, and the allocation of academic service.

The school is structured under a central organization, where each department teaches curricular units of several degrees. The board of directors makes the proposals for the cycle of studies' creation, which is assessed by a consultant body (permanent board, comprising all department coordinators). Afterwards, work groups (consisting of the members of the several departments) create the proposal which is presented to the school and to the institution's CTC. After the approval of the cycle of studies, a degree commission is formed. Lecturers and students are the member of this committee in addition to the degree director. This commission, which is part of the pedagogical board, is responsible for monitoring the work carried out within the several curricular units, asking the departments, whenever necessary, to revise and to update the syllabi. The departments are responsible for the academic service suggestions, analyzed by the CTC and approved by the Director.

2.1.2. Forma de assegurar a participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão que afectam o processo de ensino/aprendizagem e a sua qualidade.

O conselho pedagógico da escola é o órgão com competências para a avaliação das orientações pedagógicas e dos métodos de ensino e de avaliação. Este órgão é constituído por docentes e alunos, em igual número, estando nele representados todos os cursos de licenciatura e de mestrado.

Os processos de tomada de decisão do conselho pedagógico têm por base as reflexões geradas ao nível das comissões de curso, as quais, no caso das licenciaturas, incluem 3 docentes e 3 alunos (um aluno como representante de cada ano curricular do curso). Os alunos das comissões de curso são responsáveis pela interacção com os demais colegas do curso, enquanto os docentes são responsáveis por recolher contributos dos seus departamentos.

O director, que preside ao conselho pedagógico, é responsável por executar as deliberações do conselho pedagógico, recorrendo ao conselho permanente para dinamizar a uniformização de metodologias, ao nível de todos os departamentos.

2.1.2. Means to ensure the active participation of academic staff and students in decision-making processes that have an influence on the teaching/learning process, including its quality.

It is the school's pedagogical board competence to assess the pedagogical guidelines and the teaching and evaluation methodologies. This body is represented by lecturers and students, in equal number, comprising the entire bachelor's (BA) and master's (MA) degrees.

The pedagogical board's decision-making processes are based on the discussion considered within the degree commission that, concerning BA degrees, consist of 3 lecturers and 3 students (one student is representative of each curricular year of the degree). The students of the different degree commissions are responsible for the other degree mates, whereas the teaching staff is responsible for gathering contributions from their departments. The director, who is the president of the pedagogical board, is responsible for putting into practice the pedagogical board's decisions, appealing to the permanent board in order to standardise methodologies within all the departments.

2.2. Garantia da Qualidade

2.2.1. Estruturas e mecanismos de garantia da qualidade para o ciclo de estudos.

Os mecanismos para a garantia da qualidade do ciclo de estudos baseiam-se em 3 instrumentos

principais:

- relatório anual da comissão de curso, elaborado nos moldes definidos pelo conselho permanente do IPB, que reflecte as actividades desenvolvidas em torno do ciclo de estudos e as preocupações dos alunos e dos docentes responsáveis pela leccionação das unidades curriculares;
- relatório de actividades da escola, que é incluído no relatório de actividades do IPB, para aprovação pelo conselho geral do IPB, e onde são comparados e analisados indicadores variados - procura, taxas de sucesso, abandono, eficiência educativa, empregabilidade, etc. - para todos os cursos da escola;
- relatório institucional sobre a concretização do Processo de Bolonha, no qual é analisada, de forma integrada, a evolução de todos os ciclos de estudos do IPB.

2.2.1. Quality assurance structures and mechanisms for the study cycle.

Quality assurance mechanisms for the cycle of studies are based on 3 main appliances:

The degree commission annual report, written according to the guidelines defined by the IPB's permanent board. This report contains the activities carried out in the cycle of studies and the concerns of both students and lecturers responsible for teaching the courses;

School's activity report that is included in the IPB's activity report and is approved by the IPB general board. In this report there are several variables under scrutiny and comparison within all the school degrees – request, success rates, school dropout, educational efficiency, employment, etc.

Institutional report on the accomplishments of the Bologna Process, which analyses the evolution of all the IPB cycles of studies.

2.2.2. Indicação do responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade e sua função na instituição.

A implementação dos mecanismos de garantia da qualidade do ciclo de estudos compreende 3 níveis distintos:

- director de curso, que é o responsável pela elaboração do relatório anual da comissão de curso;
- director da Escola, que é o responsável pela elaboração do relatório de actividades da escola;
- vice-presidente do IPB para os assuntos académicos, que é o responsável pela elaboração do relatório institucional sobre a concretização do Processo de Bolonha.

2.2.2. Responsible person for the quality assurance mechanisms and position in the institution.

The application of the quality assurance mechanisms in the cycle of studies comprises 3 different levels:

The degree director, responsible for the degree commission's annual report;

The school's director, responsible for the school's activities report;

The IPB vice-president for the academic issues, responsible for the institutional report on the achievements of the Bologna Process.

2.2.3. Procedimentos para a recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos.

A recolha de informação é efectuada fundamentalmente através de:

- inquéritos aos alunos para caracterização das entradas, avaliação do funcionamento das UCs, monitorização da carga de trabalho exigida, avaliação do nível de articulação entre matérias;
- inquéritos aos docentes para avaliação da preparação dos alunos, do nível de articulação entre matérias e do número de créditos de cada UC;
- inquéritos aos empregadores para validação da adequação das competências dos diplomados às reais necessidades das empresas;
- inquéritos aos ex-alunos para aferir o grau de satisfação relativamente às competências e a adequação do emprego ao diploma;
- recolha automática, ao nível do sistema de informação da Instituição, de dados relativos ao sucesso escolar e ao abandono e de elementos para caracterização da utilização de ferramentas on-line e da frequência e acompanhamento de aulas;
- recolha de taxas de empregabilidade, tendo por base informação dos centros de emprego.

2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study cycle.

Information is collected mainly through:

- enquiries to students in order to define the entries, assess the functioning of the curricular units (courses), monitor the work load demanded, assess the level of interaction between subjects;
- enquiries to teaching staff to assess the level of students, the level of interaction between subjects and the number of credits for each course;
- enquiries to employers to validate the adequacy of the graduates' competences to the real needs of the companies;
- enquiries to former students to assess the satisfaction level as far as competences and job adequacy to the diploma are concerned;

- automatic data collection, within the Institution's information system, related to: academic accomplishment and school dropout, the elements for defining the use of on-line tools, class attendance and guidance;
- employment rates collection, based on the information available in the centres for employment.

2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade

<http://www.ipb.pt/go/a101>

2.2.5. Discussão e utilização dos resultados das avaliações do ciclo de estudos na definição de acções de melhoria.

Os resultados das avaliações são tornados públicos, para discussão generalizada ao nível da comunidade académica e para conhecimento de futuros alunos, através do sítio web da Instituição. As comissões de curso efectuam reflexões sobre as questões mais específicas do ciclo de estudos, solicitando, aos departamentos, alterações ao nível das unidades curriculares e, caso tal se justifique, propondo alterações ao plano de estudos. Os departamentos analisam questões específicas das UCs pelas quais são responsáveis, implementando as melhorias que sejam necessárias. O conselho permanente da escola debate questões transversais aos departamentos, acordando medidas de uniformização. O conselho pedagógico aprova alterações ao regulamento pedagógico e propõe medidas para melhoria do sucesso escolar. O CTC aprova alterações aos planos de estudos e à forma como os docentes são alocados às UCs e pronuncia-se sobre a fixação de vagas e a continuidade do ciclo de estudos.

2.2.5. Discussion and use of study cycle's evaluation results to define improvement actions.

The assessment results are made public, for a discussion within the academic community and for future students' awareness through the institution website.

The degree commission reflect upon the more specific questions concerning the cycle of studies, asking the departments for courses changes and, if that's relevant, suggesting changes to the syllabi.

The departments analyse specific issues related to the courses which they are responsible for, completing any necessary improvement.

The school's permanent board discusses cross-cutting issues related to the departments, deciding on standardization measures.

The pedagogical board approves changes to the pedagogical regulations and suggests improvement measures towards academic accomplishment.

The CTC approves changes to the syllabi, decides on the way the curricular units are agreed to the teaching staff, and sets the number of vacancies and the permanence of the cycle of studies.

2.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

O curso foi acreditado preliminarmente na A3ES.

2.2.6. Other forms of assessment/accreditation in the last 5 years.

The degree was accredited preliminarily by A3ES.

3. Recursos Materiais e Parcerias

3.1 Recursos materiais

3.1.1 Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).

Mapa VI - Instalações físicas / Map VI - Spaces	
Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
Sala de Informática com 42 lugares	53.3
Sala de Informática com 35 lugares	67.5
Sala de Aula com 82 lugares	127.4
Sala de Aula com 43 lugares	39.8
Sala de Aula com 43 lugares	40.3
Sala de Aula com 86 lugares	90.7
Sala de Aula com 32 lugares	33.4
Sala de Informática com 56 lugares	58.5

Sala de Aula com 22 lugares	32.9
Sala de Aula com 87 lugares	93.3
Sala de Aula com 22 lugares	27.1
Sala de Aula com 20 lugares	26.8

3.1.2 Principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs).

Mapa VII - Equipamentos e materiais / Map VII - Equipments and materials	
Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
Projectores de Vídeo	13
Retroprojectores	14
Impressoras	8
PCs	96
Computadores Apple	22
Scanner	4

3.2 Parcerias

3.2.1 Eventuais parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.

No âmbito do ciclo de estudos e das áreas de formação associadas ao ciclo de estudos foram estabelecidos acordos Erasmus para intercâmbio de alunos e de docentes com diversas instituições europeias. A escola tem ainda colocado à disposição dos alunos estágios Leonardo da Vinci, como resultado de parcerias internacionais, tendo já alguns alunos de marketing usufruído desta possibilidade.

3.2.1 International partnerships within the study cycle.

Within the programme and training areas associated with the cycle of studies, the IPB have established agreements for Erasmus exchange students and teachers with various European institutions. The School has also some Leonardo da Vinci Internships for students, where some marketing students participated.

3.2.2 Colaborações com outros ciclos de estudos, bem como com outras instituições de ensino superior nacionais.

O ciclo de estudos colabora pontualmente com algumas instituições de ensino superior de que é exemplo a realização de um road-show intitulado "Sports Marketing" do Instituto Português de Administração de Marketing, no ano letivo de 2009/2010.

3.2.2 Collaboration with other study cycles of the same or other institutions of the national higher education system.

The study cycle collaborates sometimes with some higher education institutions. For instance with the Portuguese Institute of Marketing Management, conducting a road show called "Sports Marketing", in the academic year of 2009/2010.

3.2.3 Procedimentos definidos para promover a cooperação interinstitucional no ciclo de estudos.

A EsACT, por intermédio do IPB, participa na Associação dos Institutos Superiores Politécnicos da Região Norte (APNOR), constituída em 15 de Maio de 1999 (DR n.º 93, III.ª Série de 19/4/2000).

Entre os objectivos da APNOR inclui-se:

- . Assegurar a cooperação dos seus membros, com vista a responder às necessidades de desenvolvimento, nos aspectos cultural, de formação, científico e tecnológico da Região Norte;*
- . Prestar serviços especializados à comunidade, produzindo e difundindo conhecimento, desenvolvendo competências nos alunos e em todos os intervenientes fundamentais ao desenvolvimento da região e do país;*
- . Promover a convergência e a articulação dos projectos e do trabalho dos politécnicos integrados na Associação, de modo a que se tornem uma referência de qualidade, de utilidade social, e por fim, ao serviço da melhoria da condição humana e de realização pessoal e social das pessoas da região e do país.*

3.2.3 Procedures to promote inter-institutional cooperation within the study cycle.

EsACT, as an organic unit of the IPB, participates in the Association of the Polytechnic Institutes of the Northern Region (APNOR), formed in 15th May 1999 (DR n.º 93, III.ª Série de 19/4/2000).

Among others, the APNOR objectives include:

- . Ensure the cooperation of its members in order to meet the needs of development, cultural aspects, training, science and technology in the Northern Region;*
- . Providing specialized services to the community, producing and disseminating knowledge, developing skills in students and in all key regional and national development stakeholders;*
- . Ensure the advanced training of their teaching staff, researchers and technicians, aiming at a more efficient use of the potentialities of the human factor and the APNOR resources;*
- . Promoting convergence and coordination of projects and work within the APNOR so that they can become a reference in quality, social welfare, and ultimately in the service of improving the human condition and regional development.*

3.2.4 Práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público.

Ao longo do ciclo de estudos são realizados anualmente encontros, conferências e apresentações de estudos de caso no âmbito do marketing (e.g. Águas Frize e Banif num seminário sobre o rebranding da marca), cujo objectivo é apresentar aos alunos a realidade do mercado de trabalho e debater temas relevantes. Para esse efeito, são convidadas entidades públicas e privadas que partilham a sua experiência e caracterizam a realidade e as necessidades das suas áreas de actuação. Estas sessões permitem também estabelecer parcerias para futuras colaborações. Decorrem também visitas de estudo (e.g. Crédito Agrícola e Unicer) e trabalhos práticos onde os alunos fazem incursões pela prática nas instituições alvo de estudo.

No ciclo de estudos está ainda compreendida a unidade curricular de Projeto/Estágio, como principal ligação entre os alunos e o tecido empresarial ou sector público, permitindo a primeira experiência em contexto laboral.

3.2.4 Relationship of the study cycle with business network and the public sector.

During the study cycle, annual meetings, conferences and presentation of case studies in the marketing area are organized (e. g. Waters Frize and Banif in a seminary on rebranding). The main purpose of these meetings is to introduce the students to the labour market environment and to discuss important issues to the marketing professional. To do so, different public and private sector entities are invited to share their experience and to describe the actuality and needs of their business. These meetings are also used to establish partnerships. There are also study visits (e.g. Crédito Agrícola e Unicer) and practical works where students make practice incursions when studying specific institutions.

In the study cycle there is a specific subject named Project/Internship that acts as the main link between the students and the institutions from the private and public sectors, allowing the students to have their first working experience.

4. Pessoal Docente e Não Docente

4.1. Pessoal Docente

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Ricardo Alexandre Fontes Correia

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ricardo Alexandre Fontes Correia

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Manuela Dolores Ferreira Carneiro

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Manuela Dolores Ferreira Carneiro

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - José Manuel Seixas Alves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

José Manuel Seixas Alves

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

59

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Miguel Ângelo Vilela Rodrigues

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Miguel Ângelo Vilela Rodrigues

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Inês Monteiro Barbedo de Magalhães

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Inês Monteiro Barbedo de Magalhães

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Vitor Jose Domingues Mendonça

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Vitor Jose Domingues Mendonça

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Eliane Cristine Raab Pires

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Eliane Cristine Raab Pires

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Ana Isabel Campos e Castro Guerra

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ana Isabel Campos e Castro Guerra

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Luís Carlos Magalhães Pires

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Luís Carlos Magalhães Pires

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Coordenador ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Carla Alexandra N. Oliveira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Carla Alexandra N. Oliveira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
29

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Rui Miguel Ramos Moreira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Rui Miguel Ramos Moreira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

29

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Ana Paula Carvalho do Monte

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ana Paula Carvalho do Monte

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Luísa Margarida Barata Lopes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Luísa Margarida Barata Lopes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Maria de La Salete Dias Esteves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria de La Salete Dias Esteves

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Elisabete da Anunciação Paulo Morais

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Ricardo Jorge Vieira Correia

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ricardo Jorge Vieira Correia

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - José Paulo Azevedo Rafael

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

José Paulo Azevedo Rafael

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Equiparado a Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático após submissão do guião)

4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Study cycle's academic staff				
Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Ricardo Alexandre Fontes Correia	Doutor	Ciências Empresariais - Especialização em Marketing e Estratégia	100	Ficha submetida
Manuela Dolores Ferreira Carneiro	Mestre	Ciências Sociais	100	Ficha submetida
José Manuel Seixas Alves	Licenciado	Informática e Comunicações	59	Ficha submetida
Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Doutor	Engenharia Industrial e de Sistemas - Ramo Engenharia Económica	100	Ficha submetida
Miguel Ângelo Vilela Rodrigues	Doutor	Ciências da Administração	100	Ficha submetida
Inês Monteiro Barbedo de Magalhães	Mestre	Matemática e Aplicações	100	Ficha submetida
Vitor Jose Domingues Mendonça	Mestre	Sistemas de Informação	100	Ficha submetida
Eliane Cristine Raab Pires	Mestre	Língua, Literatura e Cultura Inglesas	100	Ficha submetida
Ana Isabel Campos e Castro Guerra	Licenciado	Design de Comunicação	100	Ficha submetida
Luís Carlos Magalhães Pires	Doutor	Engenharia de Produção e Sistemas	100	Ficha submetida
Carla Alexandra N. Oliveira	Licenciado	Gestão	29	Ficha submetida
Rui Miguel Ramos Moreira	Mestre	Matemática e Aplicações à Mecânica	29	Ficha submetida
Ana Paula Carvalho do Monte	Doutor	Ciências Empresariais – especialização em Finanças Empresariais	100	Ficha submetida
Luísa Margarida Barata Lopes	Mestre	Economia e Gestão	100	Ficha submetida
Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes	Mestre	Direito	100	Ficha submetida
Maria de La Salette Dias Esteves	Doutor	Matemática	100	Ficha submetida
Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves	Mestre	Gestão	100	Ficha submetida
Elisabete da Anunciação Paulo Morais	Doutor	Informática	100	Ficha submetida
Ricardo Jorge Vieira Correia	Mestre	Economia e Gestão	100	Ficha submetida
José Paulo Azevedo Rafael	Mestre	Gestão	100	Ficha submetida
			1817	

<sem resposta>

4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos

4.1.3.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição

17

4.1.3.1.b Percentagem dos docentes em tempo integral na instituição (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

93,6

4.1.3.2.a Número de docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos

17

4.1.3.2.b Percentagem dos docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

93,6

4.1.3.3.a Número de docentes em tempo integral com grau de doutor

7

4.1.3.3.b Percentagem de docentes em tempo integral com grau de doutor (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

38,5

4.1.3.4.a Número de docentes em tempo integral com o título de especialista

<sem resposta>

4.1.3.4.b Percentagem de docentes em tempo integral com o título de especialista (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

<sem resposta>

4.1.3.5.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano

7

4.1.3.5.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

38,5

4.1.3.6.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)

9,3

4.1.3.6.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha) (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

51,2

Perguntas 4.1.4. e 4.1.5

4.1.4. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização

O IPB possui um sistema de informação único e transversal a todas as unidades orgânicas que o constituem. Um dos módulos deste sistema de informação implementa inquéritos semestrais aos alunos para aquisição de informação sobre o desempenho pedagógico de docentes. Os resultados são comunicados aos docentes, como forma de reflexão e melhoria, bem como analisados pelos órgãos competentes (comissão de curso, conselho pedagógico, CTC e Direcção).

Os resultados são também utilizados na avaliação de desempenho do pessoal docente, tal como previsto no regulamento de avaliação do pessoal docente do IPB. Este regulamento prevê, além da componente pedagógica, as componentes técnico-científicas e organizacionais. O regulamento incentiva à produção científica, participação em projectos de transferência, à melhoria da qualidade pedagógica e à participação na gestão da instituição, entre outros, numa perspectiva positiva de recompensa pelo trabalho desenvolvido por cada docente do IPB.

4.1.4. Assessment of academic staff performance and measures for its permanent updating

The IPB has an information system shared by all its organic units. One of this system modules presents to

students semestral surveys, to retrieve information about teaching performance of teachers. The results are communicated to the teachers, with the purpose of causing an internal reflexion aiming at the improvement of each one performance. They are also analyzed by the competent organs, such as degree commission, pedagogical board, CTC and board.

The results are also used in the evaluation of teaching staff performance, as described in the regulation on assessment of teaching staff of the IPB. This regulation provides, besides the pedagogical component, a technical-scientific and an organizational component. The regulation encourages the scientific production, the participation in technology transfer projects, the improvement of the teaching performance and in institution management tasks. This approach rewards the teachers by the quality of their work.

4.1.5. Ligação para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente

<http://apps.ipb.pt/webdocs/portal/download?docId=1040>

4.2. Pessoal Não Docente

4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afecto à leccionação do ciclo de estudos.

A totalidade do pessoal não docente encontra-se a tempo integral, nas seguintes carreiras e categorias:

Pessoal de informática – 1

Técnicos superiores – 3

Assistentes técnicos – 2

Assistentes operacionais – 6

Apesar de não directamente associados à leccionação do ciclo de estudos, o pessoal não docente participa em tarefas de gestão e manutenção da Escola, incluindo o atendimento académico aos alunos.

4.2.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study cycle.

All non teaching staff has a full time dedication, according to the following careers and categories::

Informatics staff – 1

Senior technician – 3

Technical assistant – 2

Operational assistant – 6

Although not directly associated to the study cycle lecturing, the non teaching staff participates in the school management and maintenance tasks, including student attendance.

4.2.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à leccionação do ciclo de estudos.

O pessoal não docente partilha um mestrado, quatro licenciaturas e um 12º ano. Dois dos funcionários não docentes encontra-se a frequentar programas de mestrado.

4.2.2. Qualification of the non academic staff supporting the study cycle.

The non teaching staff distribute 1 master's degree, 4 bachelor's degree and 1 graduation. Two are currently attending master degree studies.

4.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal não docente.

O pessoal não docente é avaliado no âmbito do SIADAP.

4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

Non teaching staff is evaluated under the SIADAP.

4.2.4. Cursos de formação avançada ou contínua para melhorar as qualificações do pessoal não docente.

O IPB possui um plano de formação anual, visando:

. Dotar os recursos humanos da instituição com as competências necessárias a acompanhar os processos de modernização e de gestão da qualidade em curso;

. Capacitar os dirigentes e restante pessoal da instituição com os conhecimentos necessários a acompanhar as mudanças em curso em particular nos seguintes domínios: planeamento estratégico; gestão por objectivos e avaliação do desempenho; gestão dos recursos humanos; gestão financeira e orçamental; aquisição de bens e serviços e contratação; gestão da qualidade e melhoria dos processos; comunicação institucional com o exterior; e, em particular, no reforço das competências no domínio da informática e das tecnologias da informação e comunicação;

. Requalificar o pessoal de forma a que possa desempenhar eficazmente novas funções;

O plano de formação é publicado anualmente, no sítio Web do IPB: <http://www.ipb.pt/go/a233>

4.2.4. Advanced or continuing training courses to improve the qualifications of the non academic staff.

The IPB organizes an annual training plan, with the following objectives:

. Provide the human resources of the institution with the necessary skills cope with processes of modernization and ongoing quality management;

. Empower leaders and staff of the institution with the necessary expertise to cope with ongoing changes in particular in the following areas: strategic planning, management by objectives and performance evaluation; human resources management, financial and budgetary management, procurement of goods and services and contracting, quality management and process improvement, institutional communication with the outside world and, in particular, in improving skills in computing and information technology and communication;

. Retrain staff so that they can effectively perform new functions.

The training plan is published annually in the IPB web site: <http://www.ipb.pt/go/a233>

5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

5.1. Caracterização dos estudantes

5.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género, idade, região de proveniência e origem socioeconómica (escolaridade e situação profissional dos pais).

5.1.1.1. Por Género

5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender	
Género / Gender	%
Masculino / Male	51
Feminino / Female	49

5.1.1.2. Por Idade

5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age	
Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	2.5
20-23 anos / 20-23 years	49.4
24-27 anos / 24-27 years	27.2
28 e mais anos / 28 years and more	21

5.1.1.3. Por Região de Proveniência

5.1.1.3. Caracterização por região de proveniência / Characterisation by region of origin	
Região de proveniência / Region of origin	%
Norte / North	98
Centro / Centre	1
Lisboa / Lisbon	0
Alentejo / Alentejo	1
Algarve / Algarve	0
Ilhas / Islands	0

5.1.1.4. Por Origem Socioeconómica - Escolaridade dos pais

5.1.1.4. Caracterização por origem socioeconómica - Escolaridade dos pais / By Socio-economic origin –

parents' education	
Escolaridade dos pais / Parents	%
Superior / Higher	3.1
Secundário / Secondary	14
Básico 3 / Basic 3	17.1
Básico 2 / Basic 2	21.3
Básico 1 / Basic 1	32.9

5.1.1.5. Por Origem Socioeconómica - Situação profissional dos pais

5.1.1.5. Caracterização por origem socioeconómica - Situação profissional dos pais / By socio-economic origin – parents' professional situation	
Situação profissional dos pais / Parents	%
Empregados / Employed	47.6
Desempregados / Unemployed	14
Reformados / Retired	14
Outros / Others	15.2

5.1.2. Número de estudantes por ano curricular

5.1.2. Número de estudantes por ano curricular / Number of students per curricular year	
Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	25
2º ano curricular	22
3º ano curricular	34
	81

5.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study cycle demand			
	2009/10	2010/11	2011/12
N.º de vagas / No. of vacancies	60	54	48
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	15	13	16
N.º colocados / No. enrolled students	42	41	20
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	15	13	16
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	95	101	112
Nota média de entrada / Average entrance mark	119.8	120.7	125.6

5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

5.2.1. Estruturas e medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento sobre o percurso académico dos estudantes.

Para cada unidade curricular, durante o período lectivo e durante as épocas de exame, é definido e disponibilizado aos alunos um horário de atendimento pedagógico (em regime de orientação tutorial). No início do ano lectivo, a comissão de curso designa, um docente para fazer um acompanhamento efectivo dos alunos em cada ano curricular (Tutor), a quem compete manter um contacto permanente, disponibilizar um horário de atendimento específico para os alunos desse ano e elaborar um relatório de funcionamento, no final de cada semestre, a entregar ao Director do Curso. O tutor é coadjuvado pelo

aluno representante do ano na comissão de curso.

Adicionalmente a plataforma virtual.ipb (e-learning) incorpora diversas ferramentas que possibilitam a conexão comissão de curso – docentes – alunos.

5.2.1. Structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path.

For each curricular unit, during term time and exam periods, an educational service schedule is defined and available to students (tutorial guidance).

At the beginning of the academic year, the degree commission shall appoint from among its members, a teacher to make an effective monitoring of students in each academic year (tutoring), responsible for maintaining continuous contact with students of the academic year that he/she guardianships, providing a specific office hours for those students and delivering a report at the end of each semester, to deliver to the degree director. The tutor is assisted by the student representative of the academic year in the degree commission.

Additionally the platform virtual.ipb (e-learning) incorporates several tools that enable the connection of degree commission - teachers - students.

5.2.2. Medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica.

No início de cada novo ano escolar, o director de curso organiza uma sessão de recepção aos novos alunos, prevendo, para o efeito: apresentar a estrutura orgânica da EsACT, descrevendo as competências e funções de cada unidade funcional da escola; esclarecer a estrutura do curso, momentos e tipos de avaliação, regime de frequência e sessões de atendimento pedagógico, entre outros; informar os alunos da organização pedagógica do curso e interdependência com os departamentos; apresentar os membros da comissão de curso e divulgar aos alunos quais as responsabilidades de cada um. Nesta sessão estão igualmente representadas as estruturas estudantis, como o Núcleo de Estudantes de Marketing e a Associação de Estudantes.

A instituição está em constante coordenação com a Associação de Estudantes a sua Comissão de Praxe, no fomento de práticas responsáveis de integração académica.

5.2.2. Measures to promote the students' integration into the academic community.

At the beginning of each new academic year, the degree director organizes a meeting of reception for new students, including, for this purpose: to present the organizational structure of EsACT, describing the responsibilities of each functional unit of the school; clarify the structure of course, times and types of evaluation, system frequency and sessions of teaching, among others; inform students of pedagogical organization of the course and interdependence with the departments; present the members of the degree commission and to disclose to students the responsibilities of each one. In this session are also represented the student organizations, such as the Marketing Students Core and the Alumni Association. The institution is in constant coordination with the Alumni Association and its "Praxe" Commission, to encourage responsible practices of academic integration.

5.2.3. Estruturas e medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego.

Os alunos do curso de Marketing, bem como todos os restantes alunos do IPB, têm ao seu dispor um gabinete de empreendedorismo que ministra um programa de formação extra curricular, direccionado para as temáticas da criação e financiamento de negócios. O programa de formação inclui matérias como: Inovação, Estratégia, Desenho Processos, Microeconomia, Análise Investimentos, Formalidades e Financiamentos e possibilita a obtenção de ECTS que figuram como suplemento ao diploma. Dispõem, ainda, de um espaço para incubar os seus projectos empresariais e onde são assessorados em matéria de aconselhamento e consultoria empresarial. Está ainda ao dispor dos alunos, uma plataforma electrónica, <http://comunidade.ipb.pt>, que possibilita a gestão dos currículos e ofertas de emprego.

5.2.3. Structures and measures for providing advice on financing and employment possibilities.

The students of Marketing, as well as students from other programs of the IPB, are supported by an office for entrepreneurship, responsible for an extra-curricular course focusing on business creation and financing. The course includes: innovation, business strategy, process design, microeconomics, investment analysis, procedures and financing and allows acquiring ECTS as Diploma Supplement. The students may use a space to incubate their enterprise projects and are assisted in the field of counseling and consulting business. It is also available an electronic platform, <http://comunidade.ipb.pt>, which allows each student to manage their curriculum vitae and job offers.

5.2.4. Utilização dos resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes na melhoria do processo ensino/aprendizagem.

O conselho pedagógico da escola promove, semestralmente, a realização de inquéritos pedagógicos. Os alunos, anonimamente, respondem a questões relacionadas com o funcionamento de cada unidade

curricular e a questões sobre o desempenho dos docentes. As questões são de resposta fechada, cabendo ao aluno seleccionar um nível de satisfação.

Aos alunos que não frequentam as aulas é solicitado que indiquem as razões que os levam a tal.

Os resultados do tratamento estatístico das respostas aos inquéritos são distribuídos aos docentes, aos coordenadores de departamento e aos directores de curso, para efeitos de reflexão crítica. Ao nível dos departamentos e das comissões de curso, são analisados especialmente os casos com avaliações mais negativas, para definição de estratégias de convergência relativamente às práticas avaliadas de forma mais positiva pelos alunos.

5.2.4. Use of the students' satisfaction inquiries on the improvement of the teaching/learning process.

The pedagogical board process, each semester, teaching surveys. Students, anonymously, answer questions related to the regular operation of each curricular unit and questions related to the performance of teaching staff. Questions follow a closed answer model, allowing the student to select a satisfaction level from a dropdown menu.

Students who do not attend classes are requested to point the reasons behind this. The results are distributed to the teaching staff, department coordinators and degree directors, for critical consideration. At the department and program steering committees level, special cases are analyzed in detail, particularly showing negative evaluations, for the definition of convergence strategies towards the more positive results.

5.2.5. Estruturas e medidas para promover a mobilidade, incluindo o reconhecimento mútuo de créditos.

O IPB aplica o ECTS e os princípios de Bolonha em toda a sua oferta formativa e na mobilidade de estudantes com outras IES. Das medidas implementadas, destacamos:

- A aprovação de um novo regulamento de aplicação do ECTS (Despacho n.º 12826/2010, de 9 de Agosto);

- A utilização generalizada de processos de creditação nos concursos de acesso ao IPB (em particular, o número de créditos a creditar no novo plano de estudos do estudante constitui critério de seriação em concursos especiais e regimes de transferência e mudança de curso);

- O total reconhecimento académico da formação efectuada pelos estudantes no âmbito da mobilidade Erasmus e internacional, através da utilização do contrato de estudos (learning agreement) e do boletim de registo académico (transcript of records);

- A atribuição de créditos à formação extracurricular efectuada pelos estudantes durante a permanência na instituição;

- A utilização do suplemento ao diploma, contribuindo para a transparência internacional.

5.2.5. Structures and measures for promoting mobility, including the mutual recognition of credits.

The IPB applies the ECTS and the Bologna principles in every course and in the students' mobility within other IES. From the several implemented measures, we highlight the following:

-Approval of a new ECTS use regulation (Despacho n.º 12826/2010, de 9 de Agosto)

-The common use of accreditation processes in the entry selections into the IPB (the number of credits used in the new plan of studies particularly represents a selection criterion in special exams and transference regimes and course changes.

-The full academic acknowledgement of the formation done by the students in the Erasmus and international mobility, through the use of learning agreements and transcript of records;

-The institution gives credits to the extracurricular formation attained by the students during their stay in the institution;

-The use of the Diploma supplement, concurring to the international clarity.

6. Processos

6.1. Objectivos de ensino, estrutura curricular e plano de estudos

6.1.1. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objectivos e medição do seu grau de cumprimento.

No final da sua formação um licenciado em Marketing deverá ter adquirido as seguintes competências:

- compreender, relacionar e aplicar os princípios fundamentais do marketing, no âmbito e conteúdo das suas actividades;

- mobilizar conhecimentos acerca da natureza das actividades específicas de marketing, nos seus diferentes domínios de actuação, e como elas estão integradas no processo de troca;

- recolher, seleccionar, tratar e interpretar informação para caracterizar um determinado mercado, detectar e analisar oportunidades de mercado prevendo alterações comportamentais, despertar necessidades e

acrescentar valor de informação a um produto;

- conhecer e aplicar ferramentas das tecnologias da informação e comunicação;*
- aplicar os conhecimentos adquiridos na resolução de problemas, propostas de acção e tomada de decisão, no que respeita à elaboração, implementação e coordenação de estratégias de marketing;*
- formular, propor e comunicar, em termos orais e escritos, em português e inglês, planos de actuação sobre o mercado;*
- trabalhar com autonomia, adaptabilidade, iniciativa, criatividade e responsabilidade e, simultaneamente, integrar-se em equipas interdisciplinares, evidenciando assim capacidade de organização pessoal e capacidade para trabalhar em grupo, dinamizando e contribuindo para a resolução de problemas;*
- liderar, supervisionar e coordenar projectos, evidenciando capacidade de gestão de pessoas e equipas;*
- interpretar e construir enunciados orais e escritos, adequados a situações variadas de comunicação;*
- possuir capacidade de análise e de síntese perante diferentes situações de comunicação;*
- exercitar a sua capacidade de crítica e de auto-crítica em situações de trabalho;*
- aprender ao longo da vida no sentido de uma permanente adaptação a diferentes contextos e situações, demonstrando capacidades empreendedoras;*
- possuir um sentido superior de responsabilidade social perante a comunidade envolvente.*

Estas competências são operacionalizadas através das metodologias de ensino/aprendizagem e avaliação. As metodologias de aprendizagem centram-se no estudante, estimulando a sua autonomia, a procura contínua do conhecimento e o desenvolvimento de competências. Os alunos são encorajados a desenvolver uma atitude activa, com uma forte componente de auto-estudo. Nas horas de contacto, privilegia-se o debate dos conteúdos programáticos e a análise de casos práticos, estimulando a partilha e análise de opiniões com base nos conceitos e técnicas estudados. Nas horas não-presenciais, os alunos executam propostas de trabalho, com análise crítica de casos de estudo ou desenvolvem propostas de investigação. A elaboração de trabalhos como forma de avaliação das unidades curriculares é promovida, de forma a estimular o pensamento autónomo. Outras metodologias adoptadas são a integração em projectos externos desenvolvidos na instituição, a participação em visitas de estudos, conferências e seminários e a organização de eventos.

6.1.1. Learning outcomes to be developed by the students, their translation into the study cycle, and measurement of its degree of fulfillment.

Upon attainment of the degree, in general, a graduate student in Marketing should have the following skills:

- Understand, relate and use the core principles of marketing during its activities;*
- Use different knowledge concerning specific marketing activities and understand how they are incorporated in the exchange process;*
- Describe a certain market based on the collection, selection and analysis of the required information;*
- Identify and analyse market opportunities in order to forecast behavioural changes, stimulate needs and add informational value to a certain product;*
- Be aware of the existence and be able to use information and communication technologies;*
- Use the acquired knowledge's to solve problems, propose action measures and make decisions, concerning the elaboration, implementation and coordination of marketing strategies;*
- Establish, propose and communicate the markets action plans, in oral and written terms, in Portuguese and English;*
- Be able to work autonomously, with initiative, creativity and responsibility and simultaneously be able to successfully integrate interdisciplinary working teams, enhancing the ability to, individually or in a group, participate for the problems solving;*
- Acquire the ability to manage human resources and teams in order to lead, supervise and coordinate projects;*
- Understand and develop oral and written texts for several communication purposes;*
- Be able to use the analytical and self-evaluation skills in working environment;*
- Continuously learn and develop the ability to constantly adapt to diverse situations and environments due to entrepreneurship skills;*
- Have a higher social responsibility commitment with the surrounding community;*

These skills are operationalized through the teaching / learning and evaluation methods. The learning methods focus on the students, stimulating his autonomy and the continuous search for knowledge and for developing their skills. The students are encouraged to develop an active attitude and a self-study method. In contact hours, the debate of the curricular themes and the analyses of case studies prevail, motivating the development and share of opinions based on the theoretical concepts and techniques. In non-classroom hours, students perform work proposals, with a critical review of case studies or they develop research themes. The development of assignments as a form of evaluation is encouraged, in order to develop the students' independent thinking. Based on the intended profile of a Marketing graduate, other methodologies are the integration in external projects developed on the institution, the participation in study visits, conferences and seminars and the organization of events.

6.1.2. Demonstração de que a estrutura curricular corresponde aos princípios do Processo de Bolonha.

A estrutura curricular está organizada do seguinte modo: 6 Semestres curriculares (3 anos); 20 semanas de estudo, por semestre, a tempo inteiro (40 por ano); 40 horas totais por semana; 810 horas totais por semestre (1620 por ano); 180 créditos do ECTS (30 por semestre), correspondendo 1 crédito a 27 horas e inclui um projecto de 6 créditos no último semestre.

A adequação da estrutura curricular aos princípios do Processo de Bolonha foi aprovada através do Registo efectuado pela Direcção-Geral do Ensino Superior, sob o n.º R/B-AD-64/2006 [despacho n.º 11672/2006 (2.ª série), publicado no Diário da República, n.º 104, de 30 de Maio]. A designação adoptada foi de licenciatura em Marketing, através do Despacho n.º 15 350-R/2007 (2.ª série), publicado no Diário da República N.º 133 de 12 de Julho.

A adequação traduz-se no cumprimento dos requisitos legais nomeadamente:

-O disposto no n.º 1 do artigo 8.º do Decreto-Lei N.º 74/2006 de 24 de Março, o qual estabelece que no ensino politécnico o ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado tem 180 créditos e uma duração normal de seis semestres curriculares de trabalho dos alunos;

-O disposto na alínea c) do artigo 5.º do Decreto-Lei N.º 42/2005 de 22 de Fevereiro, que estabelece que o trabalho de um ano curricular realizado a tempo inteiro situa-se entre 1500 e 1680 horas e é cumprido num período de 36 a 40 semanas e o disposto na alínea d) do mesmo artigo que estabelece que o número de créditos correspondente ao trabalho de um ano curricular realizado a tempo inteiro é de 60.

A organização curricular foi aprovada por deliberação do Conselho Científico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão, de 30 de Novembro de 2005, e segue o disposto no Regulamento Interno N.º 1/2006 publicado no Diário da República N.º 37 de 21 de Fevereiro (II Série), relativo à aplicação do ECTS, o qual foi actualizado através do Despacho n.º 12826/2010, publicado no Diário da República, 2.ª série, N.º 153 de 9 de Agosto, que aprova o novo Regulamento Relativo à de Aplicação do ECTS no IPB.

Em suma, a estrutura curricular respeita integralmente os princípios do Processo de Bolonha relativos à duração de 3 anos para o 1.º ciclo e permite o acesso ao mercado de trabalho e ingresso no 2.º ciclo para prosseguimento de estudos.

6.1.2. Demonstration that the curricular structure corresponds to the principles of the Bologna process.

The course units are organized in the following way: 6 curricular semesters (3 years); 20 weeks of study per semester, full time (40 per year); total of 40 hours per week; total of 810 hours per semester (1620 per year); 180 ECTS credits (30 per semester), 1 credit equals 27 hours and includes a 6-credit project in the last semester.

The course units adequacy to the principles of the Bologna Process was approved through the register in the Higher Education General-Board, under the number R/B-AD-64/2006 [Dispatch n.º 11672/2006 (2.ª série), published in the “Diário da República”, n.º 104, of May 30]. Degree in “Marketing” was the name fixed, through the (Dispatch n.º 15 350-R/2007 (2.ª series), published in the “Diário da República” N.º 133 of July 12.

The adequacy lies in the fulfillment of the legal requisites, namely:

- What is written in the n.º 1 of the article 8.º of the Law N.º 74/2006 of March 24 settles that in the Polytechnic Higher education the cycle of studies leading to a BA Degree has 180 credits and a normal duration of six curricular semesters.

- What is written in the paragraph d) of the same article that sets between 1500 and 1800 hours of the full time work of a school year, and is accomplished in a period of 36 to 40 weeks. What is written in the same article sets that 60 credits match the full-time work of a school year.

The curricular organisation was approved by the decision of the Scientific Board of the School of Technology and Management, of November 30 2005, and follows what is written in the Internal Regulation N.º 1/2006 published in the “Diário da República” N.º 37 of February 21 (II Series), concerning the application of the ECTS, which has been updated through the Dispatch n.º 12826/2010, published in the “Diário da República”, 2.ª series, N.º 153 of August 9, that ratifies the new Regulation concerning the application of the ECTS in the IPB.

To sum up, the course structure fully respects the principles of the Bologna Process concerning the duration of 3 years for the first cycle (BA) and allows students having access to the world of work and entering in the second cycle (MA).

6.1.3. Periodicidade da revisão curricular e forma de assegurar a actualização científica e de métodos de trabalho.

A revisão curricular é feita através de modelos próprios, aprovados pelo CTC, para o projecto do curso, das suas áreas científicas e respectivas unidades curriculares. O projecto das unidades curriculares é revisto pelos docentes, anualmente, e aprovado pelo coordenador do respectivo departamento, pelo director de curso e pelo presidente do conselho pedagógico. Os modelos das unidades curriculares, que seguem as recomendações do ECTS Users' Guide, são disponibilizados no sítio do IPB na internet e fazem parte integrante do guia informativo (guia ECTS). A actualização científica e de métodos de trabalho é assegurada através da revisão e aprovação electrónicas dos modelos referidos acima, que fazem parte dos instrumentos de garantia de qualidade.

Não houve qualquer revisão curricular desde a adequação da licenciatura ao Processo de Bolonha. A generalidade dos cursos tem uma periodicidade da revisão curricular não superior a 5 anos.

6.1.3. Frequency of curricular review and measures to ensure both scientific and work methodologies updating.

The curricular review is carried out through specific models, approved by the CTC, for the degree project of its scientific areas and curricular units. The project of the curricular units is reassessed every year by the teaching staff, and approved by the coordinator of the Degree's department, by the degree's director and by the president of the pedagogical board. The courses' models, that are according the ECTS User's Guide, are available on the IPB website and make part of the Information guide (ECTS guide). Both scientific and work methodologies updating are ensured through the electronic review and approval of the above mentioned models which make part of the quality assurance appliances.

There hasn't been any curricular review since the degree's adequacy to the Bologna Process. Most degrees are frequently assessed in a period not superior to 5 years.

6.1.4. Modo como o plano de estudos garante a integração dos estudantes na investigação científica.

O plano de estudos prevê uma unidade curricular de projecto ou estágio o que, em cumprimento com o disposto no n.º 3 do artigo 8.º do Decreto-Lei N.º 74/2006 de 24 de Março, que se refere ao ensino politécnico, o ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado valoriza especialmente a formação que visa o exercício da actividade de carácter profissional, assegurando aos estudantes uma componente de aplicação dos conhecimentos e saberes adquiridos às actividades concretas do respectivo perfil profissional do curso.

6.1.4. Description of how the study plan ensures the integration of students in scientific research.

The syllabus include a project or an internship attaining the n.º 3 of the article n.º 8 of the Act n.º 74/2006 of March 24, concerning the Polytechnic Higher Education, the cycle of studies leading to the BA Degree especially values the instruction that aims at the performance of the professional activity, making sure that the students have the right profile to being able to carry out their jobs adequately.

6.2. Organização das Unidades Curriculares

6.2.1. Ficha das unidades curriculares

Mapa IX - Elementos de Marketing II / Introduction to Marketing II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Elementos de Marketing II / Introduction to Marketing II

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luísa Margarida Barata Lopes 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Compreender, relacionar e aplicar os princípios fundamentais do marketing e identificar e compreender o âmbito e conteúdo das actividades de marketing;*
- 2. Identificar e desenvolver, para cada caso concreto, estratégias relacionadas com as variáveis do marketing-mix como produto, preço, distribuição e comunicação;*
- 3. Identificar e reconhecer as formas de actuação dos intervenientes externos no desenvolvimento de acções de marketing por forma a argumentar e subcontratar acções;*
- 4. Gerir a especificidade de diferentes domínios do marketing (Público e Não Lucrativo, PME's, Territorial, Político, Interno, Social, Digital Marketing, Relacional...);*
- 5. Reconhecer as novas tendências e perspectivas de evolução na área do Marketing.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Understand, relate and apply the fundamental principles of marketing and to identify and understand the scope and content of marketing activities;*
- 2. Identify and develop strategies related to the marketing mix variables such as product, price, distribution and communication;*
- 3. Identify and recognize the ways of action of external actors in the development of marketing in order to argue and subcontract actions;*
- 4. Manage the specificity of different areas of marketing (Public and Non-profit, SMEs, Territorial, Political, Internal, Digital, Relational . . .);*
- 5. Recognize emerging trends of marketing.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Marketing-mix

- A política de produto;*
- A política de preço;*
- A distribuição;*
- A política global de comunicação;*
- Particularidades do marketing-mix dos serviços.*

2. Marketing Interno

- O marketing e a gestão de recursos humanos;*
- O marketing interno como modelo conceptual;*
- Implementação da filosofia de marketing interno.*

3. Marketing Relacional

- Noções;*
- Evolução do marketing relacional;*
- Marketing one-to-one;*
- Customer Relationship Management;*
- Ferramentas de comunicação com o cliente.*

4. Marketing Sectorial

- Marketing Público e Não-Lucrativo;*
- Marketing Territorial;*
- Marketing Político;*
- Marketing das PME's.*

5. Tendências actuais do marketing

- Marketing Social;*
- Web-Marketing e outras plataformas;*
- Marketing Experiencial;*
- Neuromarketing;*
- Biometria.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. Marketing-mix

- Product;*
- Price;*
- Distribution;*
- Global communication;*
- Particular features of the marketing mix of services.*

2. Internal Marketing

- Marketing and human resources management;*
- Internal marketing as a conceptual model;*
- Implementation of internal marketing philosophy.*

3. Relationship Marketing

- Understanding;*
- Evolution of relationship marketing;*
- Marketing one-to-one;*
- Customer Relationship Management;*

- *Tools of communication with the customer.*

4. Sectorial Marketing

- *Public and Non-profit Marketing;*
- *Territorial Marketing;*
- *Political Marketing;*
- *SME's Marketing.*

5. Current trends in marketing

- *Social Marketing;*
- *Digital Marketing;*
- *Experiencial Marketing;*
- *Neuromarketing;*
- *Biometrics*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ensino presencial: cada aula terá componentes teóricos e práticos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros; Ensino não presencial: incluirá a resolução de tarefas orientadas, leitura de textos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

School attendance: each class will have theoretical and practical components, using methods of discovery, problems presentation, debate, self-employment, mixed exhibition methods and case studies, among others; Education without attending: includes the resolution of task-oriented reading of texts and research and undertaking work on issues of program content.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. HORTINHA, J. - *X-Marketing*. 1ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo, 2002. ISBN: 972-618-288-3;
2. KOTLER, P. ; KELLER, K. - *Marketing Management*. 12th Ed. NJ: Prentice Hall. Upper Saddle River, 2006. ISBN: 0-13-145757-8;
3. KOTLER, P. ; LEE, N. - *Marketing no Sector Público: um guia para um desempenho mais eficaz*. São Paulo: Bookman, 2008. ISBN: 978-85-7780-069-8;
4. LINDON, D. ; LENDREVIE, J. ; LÉVY, J. ; DIONÍSIO, P. ; RODRIGUES, J. - *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. 11ª Edição. Lisboa: Publicações D. Quixote, 2008. ISBN: 972-20-2745-X;
5. ZEITHAML, V. ; BITNER, M. - *Marketing de Serviços: a Empresa com Foco no Cliente*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2003. ISBN: 85-7307-972-X.

Mapa IX - Elementos de Marketing I / Introduction to Marketing I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Elementos de Marketing I / Introduction to Marketing I

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ricardo Alexandre Fontes Correia 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Compreender, relacionar e aplicar os princípios fundamentais do marketing e identificar e compreender o âmbito e conteúdo das actividades de marketing;*
- 2. Reconhecer as boas práticas de organização da função marketing, bem como o enquadramento institucional e profissional;*
- 3. Identificar e aplicar os princípios éticos e deontológicos da profissão;*
- 4. Identificar, auscultar e analisar as principais forças do meio envolvente e a abrangência de agentes presentes no mercado;*
- 5. Distinguir o mercado consumidor e o mercado empresarial;*
- 6. Identificar fontes e instrumentos de informação essenciais à análise de mercado e desenvolver actividades de segmentação de mercado, diferenciação e posicionamento da oferta.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Understand, relate and apply the fundamentals principles of marketing, identify and understand the scope and content of marketing activities;*
- 2. Recognize the good practices of the marketing function organization, the marketing profession and the institutional environment;*
- 3. Identify and apply ethical principles and ethics of the marketing profession;*
- 4. Identify, monitor and analyse the environmental forces and the market agents;*
- 5. Distinguish consumer market and business market;*
- 6. Identify sources of information and tools needed to market analysis and conduct market segmentation, differentiation and positioning activities.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Enquadramento do Marketing;*
- 2. O meio envolvente do Marketing;*
- 3. Descrição do mercado global;*
- 4. O estudo do comportamento do consumidor;*
- 5. O sistema de informação de Marketing;*
- 6. A segmentação de mercados e o posicionamento da oferta.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to marketing*
- 2. Marketing environment*
- 3. Global market*
- 4. Consumer behavior*
- 5. Marketing Information System*
- 6. Market segmentation and positioning*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific área provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ensino presencial: cada aula terá componentes teóricos e práticos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros; Ensino não presencial: incluirá a resolução de tarefas orientadas, leitura de textos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Inside class: theoretical and practice components with exposition of concepts, debates, team work and case studies; Outside class: oriented tasks, text readings, research and projects.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. HORTINHA, J. - X-Marketing. Lisboa: Edições Sílabo, 2002. ISBN: 972-618-288-3.
2. KOTLER, P. ; KELLER, K. - Marketing Management. 12th Ed. NJ: Prentice Hall. Upper Saddle River, 2006. ISBN: 0-13-145757-8.
3. KOTLER, P. – FAQs on Marketing. Singapore: Marshall Cavendish Business, 2005. ISBN: 1-904879-26-8.
4. LINDON, D. , LENDREVIE, J. , LÉVY, J. , DIONÍSIO, P. , RODRIGUES, J. - Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. 11ª Edição, Lisboa: Publicações D. Quixote, 2008. ISBN: 972-20-2745-X.
5. PALMER, A. – Introduction to Marketing. 2nd Ed. . New York: Oxford University Press, 2009. ISBN: 978-0-19-955744-8.

Mapa IX - Informática / Informatics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Informática / Informatics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Pedro Alexandre Santo Letra 30 TP + 10 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Rui Miguel Moreira Ramos 30TP + 10 OT

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

Rui Miguel Moreira Ramos 30/10

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Saber utilizar as seguintes ferramentas de trabalho de escritório: processamento de texto, criação de apresentações, folhas de cálculo e clientes de correio electrónico, na óptica do utilizador.
2. Utilizar as redes de informação para partilha de recursos e pesquisa de informação.
3. Ser capaz de aceder, manipular e gerir com sucesso a informação no seu posto de trabalho, integrando de forma eficaz as diferentes aplicações informáticas.
4. Ficar apto a candidatar-se ao processo de obtenção da Carta Europeia de Condução em Informática (ECDL). A ECDL é uma certificação nas Tecnologias de Informação e Comunicação para utilizadores.
5. Adquirir uma perspectiva das potencialidades e limitações das tecnologias e ferramentas na área das TICs.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Use different office software, namely word processors, slideshow presenters, spreadsheets, and email clients.
2. Use information networks to share resources and search for information.
3. Be able to access, use and manage information in his working place, embedding different software tools.
4. Be able to apply to the ECDL - European Computer Driving Licence.
5. Acquire an overview of the capabilities and limitations of the technologies and tools in the area of ICTs.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. O sistema operativo Windows;
2. Informação e comunicação;
3. Ferramentas de escritório: Processamento de texto. Digressão sobre alternativas de software livre;
4. Ferramentas de escritório: Apresentações de diapositivos. Alternativas de software livre;
5. Ferramentas de escritório: Folha de cálculo. Digressão sobre alternativas de software livre.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Windows operating system;
2. Information and communication;
3. Office tools. Using office tools: word processor. Digression over free and open source alternatives;
4. Office tools. Using office tools: Slideshow presenter. Free and open source alternatives;
5. Office tools. Using office tools: Spreadsheet. Digression over free and open source alternatives.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição escrita e explanação oral dos conteúdos programáticos; Incentivo à participação dos alunos na discussão dos referidos assuntos; Apresentação de exemplos e contra-exemplos; Resolução explicada de exemplos e contra-exemplos; Proposta de resolução de exercícios; Acompanhamento de resolução dos mesmos; Proposta de exercícios complementares de resolução não presencial.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Explain main concepts; Motivate students participation in the discussion of the classes subjects; Presentation of solved and explained exercises; Unsolved exercises are given to students; Provide help to solve exercises; Complementary exercises are given to be solved outside classes.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descuidar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. Sousa, Maria José - *Fundamental do PowerPoint 2007*, FCA - Editora de Informática Lda, ISBN: 978-972-722-600-9
2. Pires, Luísa Câmara - *Fundamental do Word 2007*, FCA - Editora de Informática Lda, ISBN: 978-972-722-584-2
3. Sousa, Maria José - *Fundamental do Excel 2007*, FCA - Editora de Informática Lda, ISBN: 978-972-722-583-5
4. Gonçalves, Vítor - *Fundamental do Outlook 2003*, FCA - Editora de Informática Lda, ISBN: 978-972-722-452-0
5. https://www.blogger.com/tour_start.g

Mapa IX - Noções de Gestão / Management Principles

6.2.1.1. Unidade curricular:

Noções de Gestão / Management Principles

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ricardo Jorge Vieira Correia 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Sensibilizar para alguns conceitos essenciais de Management Science, relacionados com as organizações e sua envolvente;*
2. *Compreender os principais papéis e funções de gestão, bem como as suas divisões, com particular relevo para a função financeira da empresa;*
3. *Analisar questões relacionadas com a gestão financeira de curto prazo e de médio e longo prazo;*
4. *Adoptar um sentido crítico perante a gestão, bem como uma perspectiva global e ética acerca da actividade económica.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Raise awareness of some key concepts of Management Science, related organizations and their environment;*
2. *Understanding the main roles and functions of management, and its divisions, with particular regard to the company's financial function;*
3. *Examine issues related to financial management of short-term and medium and long term;*
4. *Adopt a sense critical to the management, as well as an overview about the ethics and economic activity.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1- *Introdução à Gestão e suas funções;*
- 2- *Planeamento;*
- 3- *Organização;*
- 4- *Direcção;*
- 5- *Controlo;*
- 6- *A Ética e Responsabilidade Social;*
- 7- *A Gestão e as suas divisões.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1- *Introduction of the administration and its functions;*
- 2- *Planning;*
- 3- *Organization;*
- 4- *Direction;*
- 5- *Control;*
- 6- *The Ethics and Social Responsibility;*
- 7- *The Management and its divisions.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific área provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular será leccionada através de aulas teórico-práticas, onde para além dos conceitos teóricos fundamentais serão propostos aos alunos exercícios de carácter prático e debates relacionados com a matéria em questão.

Como recursos utilizados releva-se a disponibilização aos discentes de material de suporte e apoio às aulas bem como a utilização intensiva do Sistema de E-learning.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

This unit will be taught through theoretical and practical lessons, where in addition to the fundamental theoretical concepts will be offered to students practical exercises and debates related to the subject matter.

As resources used reveals itself to providing material support for students and support for classes and the intensive use of the System of E-learning.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. *ALVAREZ, Maria E. Ballesteros - Organização, Sistemas e Métodos. Vol. I I. Rio de Janeiro: McGraw- Hill, 1991;*
2. *CARDOSO, Luís - Gestão Estratégica das Organizações. Lisboa: Editorial Verbo, 1995;*
3. *CHIAVENATO, Idalberto - Administração Teoria, Processo e Prática. 3ª edição. São Paulo: Makron Books, 2000;*
4. *CHIAVENATO, Idalberto - Introdução à Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro: McGraw- Hill,*

1999;

5. STONER, James & FREEMAN, R. - *Administração*. 5ª edição. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1995.

Mapa IX - Noções Gerais de Contabilidade / Introduction to Accounting

6.2.1.1. Unidade curricular:

Noções Gerais de Contabilidade / Introduction to Accounting

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

José Paulo Azevedo Rafael 60TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Identificar e compreender as divisões da contabilidade;*
- 2. Interpretar o circuito económico e distinguir fluxos reais e monetários;*
- 3. Conhecer princípios e políticas contabilísticas; Entender a estrutura do Sistema de Normalização, bem como métodos de registo contabilístico;*
- 4. Conhecer e interpretar as diferentes demonstrações financeiras, com o objectivo de o apoiar na tomada de decisão no exercício da sua actividade profissional.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Identify and to understand the divisions of the accounting;*
- 2. Interpret the economic circuit and to distinguish real and monetary flows;*
- 3. To know principles and accounting politics; Understand the structure of the normalization of Accounting, as well as methods of account register;*
- 4. To know and to interpret the different financial demonstrations, with the objective of supporting in the taking of decision in the exercise of its professional activity.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução:

- Considerações Gerais*
- A evolução e o papel da Contabilidade como instrumento de apoio à gestão*
- Divisões da Contabilidade*

2. Princípios e Conceitos Fundamentais:

- O Património. Elementos patrimoniais activos e passivos.*
- O património em Contabilidade: sua composição e valor.*
- Factos patrimoniais permutativos e modificativos*
- O Balanço: Conceito e classificações A Equação Fundamental do Balanço*
- A Demonstração de Resultados.*
- O Processo Contabilístico e a normalização contabilística*
- As contas: noção, partes constitutivas, requisitos, representação e classificação*
- O Método das Partidas Dobradas*

3. Contabilidade financeira:

- Estudo dos grandes grupos de classes*
- Análise das principais operações correntes numa entidade*

- As Demonstrações Financeiras

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction:

- General considerations.
- The evolution and the paper of the Accounting as instrument of support to the management.
- Divisions of the Accounting.

2. Basic principles and Concepts:

- The Patrimony. Active and passive patrimonial elements;
- The assets in accounting, its composition and value.
- Permutatives and modifying patrimonial facts.
- The Balance. Concept and classifications. The Basic Equation of the Balance.
- The Demonstration of Results.
- The Accounting process and the Accounting normalization
- The account: constituent notion, parts, requisite, representation and classifications.
- The method of the double entries.

3. Financial accounting:

- Study of the great groups of classrooms
- Analysis of the main current operations of an entity
- Financial report

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific área provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ensino presencial: · Exposição de conceitos e exemplos utilizando meios audiovisuais; · Discussão e resolução de casos práticos; Ensino não presencial: Propostas de resolução de exercícios e casos práticos; Recursos: · Bibliografia adequada; · Textos de apoio adaptados ao contexto do marketing.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presential education: · Exposition of concepts and examples using half audiovisuals; · Quarrel and resolution of practical cases; Not presential education: Practical proposals of resolution of exercises and cases; Resources: · Adequate bibliography; · Suitable texts of support to the context of the marketing.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. Legislação Sistema de Normalização Contabilística (SNC):
2. Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de Julho aprova o SNC Aviso 15652-2009 SNC Estrutura Conceptual
3. Aviso 15653-2009 SNC Normas Interpretativas
4. Aviso 15654-2009 SNC Norma Contabilística e de Relato Financeiro para Pequenas Entidades Aviso

Mapa IX - Direito do Marketing II - Marketing Law II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Direito do Marketing II - Marketing Law II

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Conhecer e interpretar a legislação que disciplina a área do marketing e comunicação, nomeadamente no direito da publicidade, propriedade intelectual e protecção do consumidor.*
- 2. Conhecer e interpretar os regimes jurídicos aplicáveis nos novos domínios comunicacionais da informática e da Internet, em particular do comércio electrónico e protecção de dados.*
- 3. Compreender os limites ético-legais à liberdade de comunicação na actividade de marketing e a responsabilidade resultante da sua violação.*
- 4. Aplicar os normativos legais a situações práticas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Know and interpretate the legislation that disciplines the area of the marketing and communication (advertising, intellectual property and consumer protection).*
- 2. Know and interpretate the legal regimen applicable in the new domains of Informatics and Internet (electronic commerce and data protection).*
- 3. Understand the ethical-legal limits to communication freedom in the activity of marketing and the resultant responsibility of its breaking.*
- 4. Apply the legal concepts and normatives in practical situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. INTRODUÇÃO

- Sociedade do Consumo e da Informação*
- Regulação e Auto-regulação*

2. DIREITO DO CONSUMO

- Direitos fundamentais do consumidor*
- Cláusulas contratuais gerais*
- Garantias da venda dos bens de consumo*
- Práticas comerciais desleais*
- Conflitos de consumo e sua resolução*

3. DIREITO DA COMUNICAÇÃO

- Liberdade de comunicação e seus limites*
- Regime jurídico dos meios de comunicação social*
- Regime jurídico da publicidade*

- Direito da informática

4. PROPRIEDADE INTELECTUAL

- Propriedade Industrial
- Direitos de autor e direitos conexos

6.2.1.5. Syllabus:

1. INTRODUCTION

- Consumption and Information Society
- Regulation and Self-regulation

2. CONSUMER LAW

- Consumer fundamental rights
- General contractual terms
- Sale and guarantees of Consumer goods
- Unfair commercial practises
- Consumer conflicts and its Resolution

3. COMMUNICATION LAW

- Freedom of communication and its limits
- Media legal system
- Advertising legal system
- Information Technologies Law

4. INTELLECTUAL PROPERTY

- Industrial Property
- Copyright and related rights

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apresentação e debate dos conteúdos programáticos. Resolução de casos práticos, com aplicação dos conceitos e normativos legais. Realização de propostas de trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presentation and debate of programme contents. Resolution of practical cases, with application of the legal concepts and normatives. Accomplishment of work proposals.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. BARROS, Paula - *Consumo*. Almedina, 2009.
2. GERALDES, Ana Luísa – *O Direito da Publicidade*. Instituto do Consumidor, 1999
3. GOUVEIA, Mariana França; CARVALHO, Jorge Moraes - *Conflitos de Consumo*. Almedina, 2006.
4. PEREIRA, Joel Timóteo Ramos – *Compêndio Jurídico da Sociedade da Informação*. Quid Juris-Sociedade Editora, 2004.

Mapa IX - Inglês Técnico e Comercial / Commercial and Technical English

6.2.1.1. Unidade curricular:

Inglês Técnico e Comercial / Commercial and Technical English

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Eliane Cristine Raab Pires 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Compreender e analisar textos mais longos e complexos da área de especialização;*
2. *Identificar terminologia específica e ser capaz de aplicá-la em função de necessidade de contexto profissional;*
3. *Produzir textos escritos de extensão e complexidade crescentes no âmbito da área específica;*
4. *Compreender e responder textos orais, de nível linguístico mais elevado, sobre assuntos geral e específico;*
5. *Ser capaz de aplicar estruturas gramaticais de maior relevância;*
6. *Comunicar efectivamente no contexto social, profissional e académico, equivalente ao nível C1 do QECR.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Understand and analyse longer and more complex texts in his/her field of specialization;*
2. *Identify specific terminology and use it, according to his/her needs in professional context;*
3. *Produce legible and organised written texts of increasing extension and complexity in the scope of the specific area;*
4. *Understand and respond to listening texts at a more advanced level of language on general and specific subjects;*
5. *To be able to use grammatical structures of relevance;*
6. *Communicate effectively for social, professional and academic purposes according to level C1 of CEFR.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Negócios*
2. *Marketing*
3. *Correspondência comercial*
4. *Socialização.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Business*
2. *Marketing*

- 3. Commercial
- 4. Correspondence
- 5. Socializing

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas teórico-práticas são conducentes a desenvolver as quatro habilidades linguísticas necessárias: ler, compreender, escrever, ouvir e falar. As aulas terão prioridade de utilizar actividades interactivas e diversificadas que levem os estudantes a adquirir uma crescente autonomia no uso da língua.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Communicative methodology embraces all four language skills through speaking, reading, writing and listening. Classes include a range of interactive and different activities encouraging learners to use the language in an increasingly autonomous way.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.
The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. JONES, Leo e ALEXANDER, Richard. *New International Business English*. C. U. P. , 2003.
2. FARRAL, Cate e LINDSLEY, Marianne. *Professional English in Use- Marketing*. C. U. P. , 2008.
3. SWEENEY, Simon. *Professional English – Marketing*. Pearson Education Limites, 2002.
4. SWEENEY, Simon. *English for Business Communication*. C. U. P. , 2005.
5. GORE, Sylee e SMITH, David Gordon. *English for Socializing*. O. U. P. , 2008.

Mapa IX - Matemática / Mathematics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Matemática / Mathematics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Inês Monteiro Barbedo de Magalhães 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Ler, escrever e utilizar com fluidez a linguagem matemática.*
- 2. Manipular com destreza expressões matemáticas.*
- 3. Reconhecer o significado de fórmulas no contexto de situações concretas e ser capaz de usá-las na resolução de problemas.*
- 4. Modelar e resolver problemas recorrendo ao uso de funções.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Read, write and use mathematical language fluidity.*
- 2. Solve easily problems involving mathematical expressions.*
- 3. Recognize the meaning of formulas and be able to use them to solve problems.*
- 4. Use functions to modelling and solving mathematical problems*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Operações com números reais.*
- 2. Operações com polinómios.*
- 3. Resolução de equações e inequações racionais.*
- 4. Representação gráfica da função afim e da função quadrática.*
- 5. Resolução de equações e inequações exponenciais.*
- 6. Equações e inequações logarítmicas.*
- 7. Limites de funções.*
- 8. Continuidade de uma função num ponto do seu domínio.*
- 9. Derivalidade.*
- 10. Regras de derivação. Resolução de problemas envolvendo o conceito de derivada.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Real numbers.*
- 2. Operations with polynomials.*
- 3. Polynomial equalities and inequalities.*
- 4. Graphical representation of functions: linear functions and quadratic functions.*
- 5. Exponential equalities and inequalities.*
- 6. Logarithmic equalities and inequalities.*
- 7. Function limits.*
- 8. Continuity.*
- 9. Derivatives.*
- 10. Applications.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são estruturadas com vista à existência das seguintes componentes:

- *exposição escrita e explanação oral dos conteúdos programáticos;*
- *incentivo à participação dos alunos na discussão dos referidos assuntos;*
- *apresentação de exemplos e de contra-exemplos;*
- *resolução explicada de exemplos;*
- *proposta de resolução de exercício;*
- *acompanhamento de resolução dos mesmos.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The lessons are structuralized with the following components:

- *written exposition and verbal communication of the program contents;*
- *participation of the students in discussions about presented subjects;*
- *illustrations with examples and counterexample;*
- *resolutions of problems;*
- *proposal exercises;*
- *monotoring of solving problems.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. *HOFFMAN, Laurence D. e BRADLEY, Gerald L. — Calculus for Business, Economics and the Social and Life Sciences. 6.ª Ed. USA: Editora McGraw-Hill Companies, 1996.*
 2. *PISKOUNOV, N. — Cálculo Diferencial e Integral, Volume 1. Lopes da Silva, Editora, Portugal. ISBN 972-0494-2*
 3. *TAN, Soo T. - Applied Mathematics for the Managerial, Life and Social Sciences, 5th Edition , Brooks/Cole, 2010*
- HARSHBARGER, Ronald J. and Reynolds, James J. - Matemática Aplicada: administração, economia e ciências sociais e biológicas. 7ª edição . São Paulo Editora McGraw-Hill Companies, 2006*

Mapa IX - Metodologias da Comunicação / Methodologies and Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Metodologias da Comunicação / Methodologies and Communication

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Manuela Dolores Ferreira Carneiro 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Saber fazer referências bibliográficas;*

2. Saber como estruturar um trabalho de pesquisa;
3. Falar em público;
4. Técnicas de leitura expressiva;
5. Técnicas de escrita;
6. Elaborar discursos persuasivos a partir do conhecimento da linguagem enquanto instrumento de poder;
7. Produção de trabalhos práticos a partir de diferentes técnicas de expressão.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. To make references
2. Learn how to make a research design
3. Speaking in public;
4. Reading techniques;
5. Writing techniques. ;
6. Prepare speeches persuasivos from language knowledges as power instrument;
7. Production of practical work from different techniques of expression.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1 - Metodologias: Procedimentos metodológicos de investigação
- 2 - Comunicação: Língua escrita e língua falada
- 3 - Expressão Verbal

6.2.1.5. Syllabus:

- 1 - Methodology: Methodological Procedures of research
- 2 - Communication: Written and spoken language
- 3 - Verbal Expression

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Horas presenciais:

- Exposição das matérias.
- Resolução de casos práticos para consolidação de conhecimentos.
- Propostas de trabalho.

Horas não presenciais:

- Método activo que incidirá, sobretudo, na pesquisa bibliográfica e na análise e interpretação de dados.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Hours of presence:

- Exhibition of subjects.
- Resolution of practical cases for consolidation of knowledge.
- Proposals for work.

Hours non presence:

- Method asset that will focus especially in literature search and analysis and interpretation of data.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. BARTHES, Roland - *Sistema da Moda*. Lisboa: Ed. 70, 1967;
2. BARTHES, Roland - *A Câmara Clara*. Lisboa: Ed. 70, 1982;
3. BENVENISTE, Émile - *O Homem e a Linguagem*. Lisboa: Vega, 1987;
4. CARVALHO, J. Eduardo - *Metodologia do Trabalho Científico Saber Fazer da Investigação para dissertações e teses*. Lisboa: Escolar Editora, 2002; ;
5. CEIA, Carlos - *Normas para Apresentação de Trabalhos Científicos*. Lisboa: Editorial Presença, 1995

Mapa IX - Comportamento do Consumidor / Consumer Behavior

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comportamento do Consumidor / Consumer Behavior

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Compreender e antecipar as necessidades do consumidor.*
2. *Identificar, compreender e analisar os principais factores que influenciam o comportamento de compra e as fases do processo de tomada de decisão.*
3. *Interpretar e analisar criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor.*
4. *Analisar o comportamento do consumidor organizacional.*
5. *Identificar e caracterizar as diversas gerações de consumo*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Understand and anticipate the needs of consumer.*
2. *Identify, understand and analyze the main factors influencing purchasing behavior and phases of decision-making process.*
3. *Critically analyze and interpret the various explanatory models of consumer behavior.*
4. *Analyze the organization consumer behavior.*
5. *Identify and characterize the different generations of consumption*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *O estudo do comportamento do consumidor*
2. *O mercado consumidor e o comportamento de compra*
3. *O mercado organizacional*
4. *A criança como consumidora*
5. *As gerações de consumo*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *The study of consumer behavior*
2. *The consumer market and buying behavior*
3. *The organizational market*
4. *The child when consumer*
5. *The consumer generations*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas têm um carácter teórico-prático, com a exposição dos conteúdos da unidade curricular e a participação dos alunos na análise de estudos de caso e artigos

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The classes have a theoretical and practical, with the exposure of the contents of the course and students' participation in the analysis of case studies and articles.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. LINDON, D. , LENDREVIE, J. , RODRIGUES, J. V. E DIONÍSIO, P. - *Mercator, Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 2004.
2. HAWKINS, Del I. , BEST, Roger J. , CONEY, Kenneth A. , - *Comportamiento del consumidor, Construyendo estrategias de marketing*. Novena edición. México: McGraw Hill, 2004.
3. SOLOMON, Michael R. – *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*. Eighth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2007.
4. CARDOSO, A. A. – *O comportamento do consumidor*. Lisboa: Lidel, 2009.
5. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. - *Princípios de Marketing*. 12.^a Edição. São Paulo: Pearson, Prentice Hall, 2007.

Mapa IX - Controlo de Gestão / Management Control

6.2.1.1. Unidade curricular:

Controlo de Gestão / Management Control

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Carla Alexandra do Nascimento Oliveira 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Compreender os conceitos, objectivos e princípios da Contabilidade e do Controlo de Gestão*
- 2. Compreender a Contabilidade de Gestão como meio de Controlo de Gestão*
- 3. Entender o Controlo de Gestão como um sistema de orientação dos comportamentos dos gestores*
- 4. Compreender a informação necessária para a determinação dos custos dos produtos/serviços e a sua utilidade no processo de tomada de decisão*
- 5. Utilizar a informação da análise custo-volume-resultados para o planeamento dos proveitos, custos e resultados, e para a tomada de decisão*
- 6. Colaborar no processo de elaboração do orçamento anual*
- 7. Perceber a utilidade do orçamento anual no processo de planeamento, controlo e tomada de decisão*
- 8. Conhecer as características e utilidade da informação fornecida pelas práticas contemporâneas de Controlo de Gestão*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Understand the concepts, objectives and Management Accounting and Control principles*
- 2. Understand the Management Accounting as a mean to Management Control*
- 3. Understand the Management Control as an orientation system of the managers behaviours*
- 4. Understand the necessary information for the determination of the products/services costs and the usefulness in the process of decision-making*
- 5. Use the cost-volume-profit information for the planning of the revenues, costs and results, and for the decision-making*
- 6. Collaborate in the elaboration process of the annual budget*
- 7. Understand the usefulness of the annual budget in the planning process, control and decision-making*
- 8. Know the characteristics and usefulness of the information supplied by the contemporary Management Control practices*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Fundamentos de Controlo de Gestão;*
- 2. Custos de produção/prestação de serviços;*
- 3. Método dos centros de custos;*
- 4. Análise custo-volume-resultados;*
- 5. Gestão orçamental;*
- 6. Práticas contemporâneas de Controlo de Gestão*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Management Control fundamentals;*
- 2. Costs of the products/services;*
- 3. Cost centres method;*
- 4. Cost-volume-profit analysis;*
- 5. Budgeting management; Contemporary*
- 6. Management Control practices*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should

demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição dos conteúdos teóricos (método expositivo), seguida da aplicação de exercícios práticos (método demonstrativo).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presentation of the theoretical contents (expository method), following by the application of practical exercises (demonstrative method).

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- 1. ANTHONY, Robert and GOVINDARAJAN, Vijay – Management Control Systems. 12.ª ed. McGraw Hill, 2006. ISBN: 0071254102.*
- 2. CAIADO, António – Contabilidade de Gestão. 3.ª ed. Lisboa: Áreas Editora, 2003. ISBN 972-8472-45-5.*
- 3. GÓMEZ BRAVO, Oscar – Contabilidad de Costos. 5.ª ed. Colombia: McGraw-Hill, ISBN 958-41-0360-1.*
- 4. JORDAN, Hugues, NEVES, João e RODRIGUES, José – O Controlo de Gestão- Ao Serviço da Estratégia e dos Gestores. 6.ª ed. Lisboa: Áreas Editora, 2005. ISBN 972-8472-52-8.*
- 5. SOUSA, Maria e RODRIGUES, Lúcia – O Balanced Scorecard – Um Instrumento de Gestão Estratégica para o Século XXI. Lisboa: Reis dos Livros, 2002. ISBN 972-51-1014-5.*

Mapa IX - Estatística / Statistics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Estatística / Statistics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria de La Salette Dias Esteves 60TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Classificar, organizar e apresentar dados relativos a uma situação ou a um fenómeno;*
- 2. Interpretar tabelas e gráficos de dados estatísticos;*
- 3. Inferir parâmetros populacionais com base em dados de amostras;*
- 4. Decidir em face de evidências estatísticas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Sort, organize and present data for a situation or a phenomenon;
2. Interpret tables and graphs of statistics;
3. Infer population parameters based on data from samples;
4. Deciding in the face of statistical evidence.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Noções preliminares;
2. Estatística descritiva;
3. Teoria elementar da probabilidade;
4. Variáveis aleatórias e distribuição de probabilidade;
5. Caracterização de algumas distribuições discretas;
6. Caracterização de algumas distribuições contínuas;
7. Distribuições conjuntas de probabilidade;
8. Amostragem aleatória e distribuições por amostragem;
9. Estimação pontual;
10. Estimação por intervalo.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction to statistical analysis;
2. Descriptive statistics;
3. An introduction to probability;
4. Random variables and probability distributions;
5. Probability distributions for discrete variables;
6. Probability distributions for continuous variables;
7. Joint distributions of probability;
8. Random sampling and sampling distribution;
9. Point Estimation;
10. Confidence intervals.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Para cada tema curricular são propostos periodicamente, com a antecedência necessária, módulos de trabalho. O aluno deverá trabalhar as unidades previamente, sendo incentivado o trabalho em equipa; as aulas serão orientadas no sentido de: colmatar dificuldades; explorar exemplos ligados a casos práticos e discutir propostas de trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

For each subject curriculum are offered periodically, with the advance required, working with modules. The student must work the units previously, and encouraged the teamwork. The classes will be directed to: address the difficulties of implementing the proposed work; share the successes and difficulties; explore the examples linked to case studies; discuss proposals for work.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos

fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. REIS, Elizabeth ; MELO, Paulo; ANDRADE, Rosa e CALAPEZ, Teresa - *Estatística Aplicada, Vol. 1. Lisboa: Edições Sílabo, 1996. ISBN 972-618-245-X.*
2. GUIMARÃES, Rui Campos e CABRAL, José A. Sarsfield – *Estatística. Lisboa: McGraw-Hill, 1997. ISBN 972-8298-45-5.*
3. MURTEIRA, Bento [et al.] - *Introdução à Estatística, Lisboa: McGraw-Hill, 2002. ISBN 972-773-116-3.*
4. ESTEVES, Salete; MOREIRA, Rui (2005), *Apontamentos da disciplina de Estatística. Mirandela: Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Mirandela, 2005.*

Mapa IX - Semiótica / Semiotics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Semiótica / Semiotics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Manuela Dolores Ferreira Carneiro 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Compreender como é que um saber tão antigo como a Semiótica se tornou numa ciência tão actual e presente na nossa actividade diária;*
2. *Distinguir as diferentes abordagens das duas principais tradições ligadas ao estudo da Semiótica;*
3. *Analisar o papel da Semiótica no contexto da Comunicação;*
4. *Conhecer os diferentes tipos de signos e a sua classificação;*
5. *Interpretar os signos das mensagens publicitárias;*
6. *Desenvolver uma consciência crítica que permita compreender os duplos sentidos da linguagem mediática;*
7. *Reconhecer os instrumentos que permitem o desenvolvimento de uma competência enunciativa.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Understand how an old science such as Semiotics became so current and present in our daily lives;*
2. *Distinguish the different theoretical approaches of the main traditions related to the study of semiotics;*
3. *Analyse the role of semiotics in the current communication context;*
4. *Recognise the different types of signs and their classification;*
5. *Interpret the signs of the advertisement messages;*
6. *Develop a critical awareness that allows to understand the double meanings of the media language;*
7. *Become aware of the instruments that allow a development of an enunciative competence.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1: *Introdução. O que é a semiótica?*
- 2: *O signo e a significação*
- 3: *As propriedades pragmáticas do signo*
- 4: *Imagem, comunicação e significação*
- 5: *A semiótica da publicidade:*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1: *Introduction: What is semiotics?*
- 2: *The sign and meaning*
- 3: *The pragmatic characteristics of the sign*
- 4: *Image, communication and meaning*
- 5: *The semiotics of advertising*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Horas presenciais:

Método expositivo: conhecimentos base da unidade curricular. Método interrogativo, confrontando os alunos com exemplos práticos por forma a averiguar a sua capacidade de interpretação e a sua capacidade crítica.

Método activo: análise e discussão de estudos de caso.

Horas não presenciais:

Pesquisa bibliográfica; análise e interpretação de dados.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Inside the classroom:

Teaching and learning methods will be based on a theoretical and practical approach.

Focus will be thus given to the practice component in order to apply and solve questions on a functional order.

Outside the classroom:

Research work.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. *BARTHES, Roland - Elementos de Semiologia. Lisboa: Ed. 70, 1989;*
2. *COUTO, Hildo H. - Uma Introdução à Semiótica. Rio de Janeiro: Presença, 1983;*

3. ECO, Umberto - *O Signo*. Lisboa: Presença, 1985;
4. ECO, Umberto - *Semiótica e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Editora Ática, 1991;
5. VOLLI, Ugo. *Semiótica da Publicidade a criação do texto publicitário*. Lisboa: Ed. 70, 2003. ISBN 972-44-1204-0.

Mapa IX - Comunicação em Marketing / Marketing Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação em Marketing / Marketing Communication

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luísa Margarida Barata Lopes 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Reconhecer e compreender os problemas de comunicação dos actores organizacionais;*
- 2. Desenvolver e fundamentar planos integrados de comunicação em articulação com a estratégia de marketing das organizações;*
- 3. Planear ações específicas de relações públicas, publicidade, promoções de vendas, feiras e eventos, patrocínios, mecenato, marketing direto, merchandising, marketing relacional e marketing digital;*
- 4. Identificar e reconhecer as formas de atuação dos intervenientes externos no desenvolvimento de ações de comunicação, por forma a aplicar e desenvolver os planos de comunicação propostos;*
- 5. Planificar, argumentar e tomar decisões no âmbito das variáveis de comunicação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. To recognize and understand communication problems of organizational actors*
- 2. To develop and argue integrated marketing communication plans according the marketing strategy;*
- 3. To plan specific actions of public relations, advertising, sales promotions, fairs and events, sponsorship, patronage, direct marketing, merchandising, relationship marketing and digital marketing;*
- 4. To identify and recognize different forms of external partners of the communication action, in order to apply and develop communication plans;*
- 5. To plan, argue and decide about the scope of the communication variables.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução à comunicação de marketing;*
- 2. A identidade corporativa de uma organização;*
- 3. Anunciantes, agências, meios e pesquisa;*
- 4. Da estratégia de marketing à estratégia de comunicação;*
- 5. Desenvolvimento do plano de comunicação integrada de marketing;*
- 6. A marca como suporte de comunicação;*
- 7. Estratégia e planeamento de meios;*
- 8. Monitorização, avaliação e controlo.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to the marketing communication;*
- 2. Corporate identity;*
- 3. Advertiser, agencies, media and research;*

4. From the marketing strategy to the communication strategy;
5. Development of the integrated marketing communications plan;
6. Brand as communication support;
7. Media strategy and planning;
8. Monitoring, evaluation and control.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ensino presencial: cada aula terá componentes teóricos e práticos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros; Ensino não presencial: incluirá a resolução de tarefas orientadas, leitura de textos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

School attendance: each class will have theoretical and practical components, using methods of discovery, problems presentation, debate, self-employment, mixed exhibition methods and case studies, among others; Education without attending: includes the resolution of task-oriented reading of texts and research and undertaking work on issues of program content.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. CAETANO, J., RASQUILHA, L.. 2005. *Gestão da Comunicação*. 2ª edição. Lisboa: Quimera. ISBN: 972-589-146-5.
2. CASTRO, J. P.. 2002. *Comunicação de Marketing*. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 972-618-285-9.
3. KOTLER, P., KELLER, K. 2006. *Marketing Management*. 12th Edition. Nj: Prentice Hall. Upper Saddle River. ISBN: 0-13-145757-8.
4. LENDREVIE, J., BAYNAST, A., DIONÍSIO, P., RODRIGUES, J.. 2010. *Publicitor – comunicação 360º online offline*. 7ª Edição. Lisboa: Publicações D. Quixote. ISBN: 978-972-20-4329-8.
5. LINDON, D., LENDREVIE, J., LÉVY, J., DIONÍSIO, P., RODRIGUES, J.. 2004. *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing*. 10ª Edição. Lisboa: Publicações D. Quixote. ISBN: 972-20-2745-X.

Mapa IX - Design / Design

6.2.1.1. Unidade curricular:

Design / Design

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Ter sensibilidade para o sentido de observação dos vários suportes gráficos que uma determinada empresa utiliza para a sua comunicação visual;*
- 2. Identificar os recursos a utilizar para transmitir visualmente uma mensagem visual;*
- 3. Perceber a importância do design como uma actividade de potenciar a identidade visual de uma empresa perante o seu público-alvo;*
- 4. Comunicar numa equipa que contém profissionais da área do design.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Be sensitivity for meaning monitoring various media graphics that a enterprise to its communication visual;*
- 2. Identify the resources used to visually convey a visual message;*
- 3. Understand the importance of design as activity to potentiate a company visual identity to appeal to your target audience;*
- 4. Communicate in a team that includes professionals in design area.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Função de Designer.*
- 2. Bases do design.*
- 3. Áreas de aplicação do design.*
- 4. Ferramentas de composição gráfica (Corel Draw) e edição de imagem (Adobe Photoshop): utilização.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Function Designer.*
- 2. Bases of design.*
- 3. Areas of Design.*
- 4. Digital Tools composition graphically (Corel Draw) and editing image (Photoshop).*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas de contacto:

- Método expositivo com vista à apresentação de conteúdos. Reflexão e debate com a participação dos alunos sobre o tema exposto.*

- *Estudos de casos de imagem corporativa das empresas e respectiva avaliação.*
- Aulas de não contacto:*
- *Trabalhos de investigação e experimentais para apreensão de conceitos teóricos.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Contact hours:

- *Method expository to submit content. Discussion and debate with the participation of students.*
- *Case studies of corporate image of companies and their evaluation.*

Not-contact hours:

- *Research and experimental for learn theoretical concepts.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. *GORDON, Bob e GORDON, Maggie (editores consultores) - O Guia Completo do Design Gráfico Digital. Lisboa: Livros e Livros, 2002.*
2. *MUNARI, Bruno - Design e Comunicação Visual, Lisboa: Edições 70, 1993.*
3. *Johansson, Kaj; Lundberg, Peter; Ryberg, Robert - Manual de Producción Gráfica: Recetas. CG, 2004. ISBN: 8425217393.*
4. *Filho, Joao Gomes - Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma. 5ª edição. São Paulo: Escrituras editora e Distribuidora e Livros, 2000. ISBN: 85-86303-57-7.*
5. *Manual de gestão do design. Centro Português de Design. Portugal, 1997.*

Mapa IX - Estatística Aplicada / Applied Statistics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Estatística Aplicada / Applied Statistics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria de La Salette Dias Esteves 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- *Tratar adequadamente conjuntos de dados;*
- *Inferir parâmetros das populações estatísticas;*
- *Aplicar modelos de análise de variância e modelos de regressão linear ao estudo de problemas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- Treat and analyse data sets;*
- Infer statistic populations' parameters;*
- Apply analysis of variance and linear regression models to study specific situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Testes de hipóteses.*
- 2. Testes não paramétricos*
- 3. Análise de Variância*
- 4. Regressão*
- 5. Análise e tratamento estatístico de dados através de software apropriado.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Hypothesis' tests.*
- 2. Non parametric tests.*
- 3. Analysis of variance.*
- 4. Regression.*
- 5. Statistical treatment and analysis of data using adequate software.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Por tema são propostos, com a antecedência necessária, módulos de trabalho com explanação de conteúdos e exercícios com e sem resolução orientada. As aulas serão orientadas para colmatar dificuldades de execução dos trabalhos, expor conteúdos por meios audiovisuais, explorar casos práticos, e, quando oportuno, simular em computador.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

For each theme, work modules with an explanation of the contents and exercises to be resolved with or without oriented solution, will be proposed. The subject's content will be exposed using audiovisual resources and, when possible, with the use of real cases. The classes will be oriented to overcome work difficulties and will be supported by appropriate informatics resources.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. GUIMARÃES, Rui Campos e CABRAL, José A. Sarsfield – Estatística. Lisboa: McGraw-Hill, 1997. ISBN 972-8298-45-5.
2. HALL, Andreia [et al.], Grande Maratona de Estatística no SPSS. Lisboa: Escolar Editora, 2011. ISBN 978-972-592-301-6.
3. MONTGOMERY, Douglas C. e RUGER, George C. - Applied Statistics and Probability for Engineers. 3ª Ed. Nova Iorque: John Wiley & Sons, 1999. ISBN 471-20454-4
4. REIS, Elizabeth ; MELO, Paulo; ANDRADE, Rosa e CALAPEZ, Teresa - Estatística Aplicada, Volume II. Lisboa: Edições Sílabo, 1996. ISBN 972-618-256-5.
5. VICENTE, Paula [et al], Sondagens – A Amostragem Como Factor Decisivo de Qualidade. 2.ª ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2001. ISBN 972-618-246-8.

Mapa IX - Marketing Industrial e de Serviços / Industrial and Services Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Industrial e de Serviços / Industrial and Services Marketing

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ricardo Alexandre Fontes Correia 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Interiorizar as particularidades do Marketing Industrial e de Serviços;
2. Capacidade de elaboração de uma estratégia e de um business-plan para um produto ou serviço comercializado em ambiente business- to business;
3. Reconhecer a importância da gestão de relacionamentos no marketing industrial;
4. Analisar e implementar formas dinâmicas de gestão da posição de uma organização numa rede interorganizacional de relacionamentos;
5. Avaliar o envolvimento do cliente no processo do serviço e relacionar com a gestão do ponto de encontro do serviço;
6. Integrar a selecção de mercados alvo e gestão de relacionamentos vs. gestão de reclamações e recuperação do serviço;
7. Reconhecer a relevância da qualidade do serviço e o seu impacto na satisfação do consumidor;
8. Analisar e implementar formas de criação de valor acrescentado nas organizações de serviços.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Internalise Industrial and Service Marketing details;
2. Develop a strategy and a business-plan for a product or service sold in a business-to-business;
3. Recognize the importance of managing relationships in industrial marketing;
4. Examine and implement ways of managing the dynamic position of an organization interorganizacional a network of relationships;
5. Assess the clients involvement in the service and relate to the management of the meeting point of the service;
6. Integrate the selection of target markets and management of relationships vs. management of claims and recovery service;
7. Recognize the importance of service quality and its impact in consumer satisfaction;
8. Examine and implement ways of creating value added in service organizations.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

PARTE I - MARKETING INDUSTRIAL

O Marketing industrial vs. Marketing de bens de consumo final.

Os relacionamentos industriais.

A especificidade do marketing-mix em mercados industriais.

PARTE II - MARKETING DE SERVIÇOS

A natureza do marketing de serviços.

A oferta e procura de serviços.

A gestão da qualidade em serviços.

A acção comercial na empresa de serviços.

O futuro do marketing de serviços.

6.2.1.5. Syllabus:

PART I - INDUSTRIAL MARKETING

The Industrial Marketing vs. consumer Marketing.

The industrial relations.

The marketing mix specificity in industrial markets.

PART II - SERVICES MARKETING

The service marketing nature.

The supply and demand for service.

The quality management in service.

Commercial activities in the service company.

The future of service marketing.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Cada aula terá, necessariamente, componentes teóricos e práticos, com ênfase nos métodos activos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Each class will have theoretical and practical components, with emphasis on active methods, using methods of discovery, problems presentation, discussions, independent work, and mixed methods with case studies.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. EIGLIER, P e LANGEARD. E. - *Servuction - A gestão de marketing de empresas de serviços*, Lisboa: McGraw-Hill, 2002.
2. FISK, R. , GROVE, S. e FISK, R. - *Interactive Services Marketing*, New York: Houghton Mifflin Company, 2004.
3. FORD, D. - *Understanding Business Marketing and Purchasing*, London: International Thomson, 2001.
4. FORD, D. , BERTHON, P. , BROWN, S. , GADDE, L. , HAKANSSON, H. NAUDÉ, P. , Ritter, T. , Snehota, I. - *The Business Marketing Course*, John Wiley & Sons, 2004.
5. GRONROOS, C. - *Service Management and Marketing 2nd edition*, Wiley, 2000.

Mapa IX - Sistemas de Informação para a Gestão / Database Management Systems

6.2.1.1. Unidade curricular:

Sistemas de Informação para a Gestão / Database Management Systems

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Elisabete da Anunciação Paulo Morais 10 TP + 50 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Adquirir conhecimentos necessários ao desenvolvimento de projectos de bases de dados relacionais.*
2. *Utilizar o SQL (Structured Query Language) para realizar consultas a bases de dados.*
3. *Ganhar uma atitude pró-activa em relação aos SI/TI, procurando actualizar-se constantemente.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Acquiring the necessary knowledge to develop relational databases projects.*
2. *Using SQL (Structured Query Language) to perform queries to databases.*
3. *Accomplishing a proactive approach in relation to IS / IT, looking constantly update itself.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução às Bases de Dados;*
2. *Projecto de bases de Dados Relacionais;*
3. *Álgebra Relacional;*
4. *Linguagem SQL;*
5. *Sistema de Gestão de Base de Dados Microsoft Access.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Introduction to Databases;*
2. *Relational Databases project;*
3. *Relational Algebra;*
4. *The SQL Language;*
5. *Microsoft Access Database Management System.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas

orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Esta unidade curricular será leccionada através de aulas teórico-práticas (havendo sempre o enquadramento teórico e depois exemplos/exercícios práticos), sendo que, quando tal se propicie, se podem transformar em aulas de acompanhamento ao trabalho prático.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

This curriculum unit will be taught through theoretical and practical lessons (always with the theoretical framework and then examples / exercises), and, if necessary, can be a follow-up lessons to work.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- 1. DAMAS, Luís – SQL. 6ª Edição Actualizada e Aumentada. FCA – Editora de Informática. 2005. ISBN 972-722-443-1.*
- 2. PEREIRA, José Luís - Tecnologia de Bases de Dados. 3ª edição: FCA – Editora de Informática, 1998. ISBN 972-722-143-2.*
- 3. Morais, Elisabete. Sebenta de Sistemas de Inofrmação para a Gestão.*
- 4. SILBERSCHATZ, Abraham; KORTH, Henry; SUDARSHAM, S. - Database Systems Concepts. 3ª edição: McGrawHill, 1997.*
- 5. SOUSA, Sérgio - Domine a 110% Access 2007, FCA – Editora de Informática. 2009. ISBN 978-972-722-410-4.*

Mapa IX - Elementos de Finanças Empresariais / Elements of Corporate Finance

6.2.1.1. Unidade curricular:

Elementos de Finanças Empresariais / Elements of Corporate Finance

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ana Paula Carvalho do Monte 50 TP + 10 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Catarina Alexandra Alves Fernandes 50TP+10PL+20OT

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

Catarina Alexandra Alves Fernandes 50TP+10PL+20OT

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Transmitir aos alunos conceitos essenciais de gestão financeira da empresa, tornando-os capazes de participar na resolução dos problemas que se colocam regularmente ao gestor financeiro.*
- 2. Facultar conhecimentos que permitam compreender as informações contidas nos documentos de carácter económico-financeiro elaborados pelas empresas;*
- 3. Elaborar pareceres fundamentados sobre a situação financeira das empresas;*
- 4. Compreender os conceitos gerais de cálculo financeiro e aplicá-los a operações financeiras concretas;*
- 5. Dotar os alunos das ferramentas teóricas necessárias à análise da viabilidade económico-financeira (avaliação) de investimentos reais e aplicar tais ferramentas a casos concretos de análise.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Passing the students essential concepts of financial management, making them able to participate in solving problems that regularly arise to the decision of the financial manager;*
- 2. Provide knowledge to understand that the information contained in the documents of the economic-financial produced by enterprises;*
- 3. Prepare opinions on the financial situation of enterprises;*
- 4. Understanding the general concepts of financial calculation and apply them to specific financial transactions;*
- 5. Give students the tools necessary for the theoretical analysis of economic and financial viability (evaluation) of investment dollars and apply these tools to specific cases of analysis.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1) Introdução à Análise Económica e Financeira;*
- 2) Conceitos Elementares de Cálculo Financeiro;*
- 3) Análise de Investimentos*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1) Introduction The Economic and Financial Analysis;*
- 2) Elementary Concepts of Financial Calculation;*
- 3) Investment Analysis.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas expositivas de carácter teórico-prático – para além dos conceitos teóricos será proposta aos alunos a resolução de exercícios de carácter prático. Alguns exercícios poderão ser resolvidos recorrendo ao Excel ou a software específico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Expository lessons - theoretical and practical - in addition theoretical concepts will be offered to students

the resolution of practical exercises. Some exercises can be solved using Excel or software.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. BARROS, Carlos P. - *Avaliação Financeira de Projectos de Investimento*. Lisboa: Editora Vulgata, 1999.
2. BREALEY, Richard e MYERS, Stewart - *Princípios de Finanças Empresariais*. 5ª edição. McGraw-Hill, 1997.
3. MATIAS, Rogério - *Cálculo Financeiro – Teoria e Prática*, 1ª edição. Lisboa: Escolar Editora, 2004.
4. MENEZES, H. Caldeira - *Princípios de Gestão Financeira*, 8ª edição. Lisboa: Editorial Presença, 2001.
5. NEVES, João C. das - *Análise Financeira - Métodos e Técnicas*, 12ª edição, Lisboa: Texto Editora, 2000.

Mapa IX - Gestão de Aprovisionamentos e Logística / Stock Management and Logistics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão de Aprovisionamentos e Logística / Stock Management and Logistics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes 30 TP + 30 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Compreender a visão geral da função logística;*
2. *Analisar criticamente as diferentes fases de projecto, controlo e operação da cadeia de abastecimento e da cadeia de distribuição;*
3. *Analisar e seleccionar as melhores localizações para as instalações e as melhores opções de armazenagem;*
4. *Identificar o transporte e as rotas mais adequadas, bem como seleccionar adequadamente os canais de distribuição;*
5. *Exercitar os conhecimentos adquiridos procurando continuamente a obtenção de melhores desempenhos na cadeia de aprovisionamento;*
6. *Conhecer e ter capacidade de aplicar métodos e ferramentas adequados à gestão das diferentes operações logísticas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Understand the general concept of logistics.*
2. *Critically analyze a project's different phases and manage the supply and distribution chains;*

3. Analyze and select the best possible site locations and warehousing options;
4. Identify the most favorable transport and routes, as well as select the proper supply channels;
5. Achieve the supply chain best performance using the acquired knowledge;
6. Know and apply the different methods and tools according to the different logistic operations.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1- Introdução à logística;
- 2- Gestão de compras;
- 3- Gestão de stocks;
- 4- Localização de empresas, distribuição e transporte;
- 5- Tecnologias da informação ligadas à logística;

6.2.1.5. Syllabus:

- 1- Introduction to logistics;
- 2 - Purchase management;
- 3 - Stock management;
- 4 - Company's site location, distribution and transports;
- 5 - Information techniques associated with logistics.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Ensino presencial:
Exposição de conteúdos teóricos e resolução de exercícios práticos.
Trabalho em sala:
Resolução de exercícios onde se pretenderá a utilização e desenvolvimento de conhecimentos adquiridos;
Não presencial:
Resolução de exercícios propostos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Classroom teaching:
Exposure of theoretical content and practical problem solving.
Work in class:
Exercises where you will want to use and development of knowledge;
Classroom:
Resolution of proposed exercises and conducting research and work on issues of program content.*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descuidar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. *Carvalho J. (2002). Logística. 3ª edição. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 972-618-279-4.*
2. *Christopher M. & Peck H. (2003). Marketing logistics. 2nd edition. Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN: 978-0750654586.*
3. *Lambert D. et al. (1998). Fundamentals of Logistics Management. New York: McGraw-Hill. ISBN: 0-256-14117-7.*
4. *Reis L. (2010). Manual da gestão de stocks – teoria e prática. 3ª edição. Lisboa: Editorial Presença. ISBN: 978-972-23-3307-8.*
5. *Reynolds J. (2001). Logistics & Fulfillment for E-Business. New York: CMP Books. ISBN: 978-1578200740*

Mapa IX - Marketing Estratégico e Internacional / Strategic and International Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Estratégico e Internacional / Strategic and International Marketing

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves 60 PT + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Identificar os diferentes tipos de decisões tomadas nas organizações.*
2. *Distinguir os vários tipos de planeamento existentes.*
3. *Reconhecer os conceitos básicos da estratégia empresarial.*
4. *Reconhecer e enquadrar o marketing estratégico na estratégia e política da organização.*
5. *Definir o negócio de actuação, a visão, a missão, os objectivos e as estratégias organizacionais.*
6. *Identificar e aplicar as diferentes fases do processo de análise, formulação e implementação estratégica, bem como alguns dos instrumentos disponíveis para este processo.*
7. *Descrever e aplicar o processo de marketing estratégico e as suas principais fases.*
8. *Construir, estruturar e implementar planos de marketing.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Identify the different types of decisions in organizations.*
2. *Distinguish the different types of planning.*
3. *Recognize the basics concepts of business strategy.*
4. *Recognize and manage the strategic marketing in the strategy and the organization's policy.*
5. *Define the business of acting, the vision, the mission, the objectives and organizational strategies.*
6. *Identify and implement the different stages of process analysis, formulation and strategic deployment, as well as some of the instruments available to this process.*
7. *Describe and apply the process of strategic marketing and its main stages.*
8. *Build, design and implement marketing plans.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Marketing estratégico:*

- *Elaboração da estratégia de marketing;*
- *Aplicação do plano de marketing estratégico;*
- *Controlo da estratégia de marketing.*

2. Marketing Internacional:

- *Ambiente e razões da internacionalização;*
- *Opções estratégicas e formas de ingresso no mercado internacional; concepção e implementação de um plano de marketing internacional.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. Strategic marketing:

- *Development of marketing strategy;*
- *Implementation of strategic marketing plan;*
- *Control of the marketing strategy.*

2. International marketing:

- *Environment and reasons of internationalization;*
- *Strategic options and forms of entry in the international market;*
- *Design and implementation of an international marketing plan.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas terão um carácter teórico prático: exposição da matéria; apresentação e debate de estudos de caso; análise de artigos, entre outros.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The classes will have a theoretical study: exposure of matter, presentation and discussion of case studies, analysis of articles, among others.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. CRAVENS, David W. , PIERCY, Nigel F. – *Marketing Estratégico*. 8.ª Edição. São Paulo: McGraw Hill, 2008. ISBN: 978-85-86804-63-2
2. CARDOSO, L. – *Estratégia e Competitividade*. 2.ª Edição. Lisboa: Editorial Verbo, 2008. ISBN: 978-972-22-2575-5
3. LAMBIN, J. - *Marketing Estratégico*. 4ª Edição. Lisboa: McGraw- Hill, 2000. ISBN: 972-773-040;
4. LINDON, D. ; LENDREVIE, J. ; LÉVY, J. ; DIONÍSIO, P. ; RODRIGUES, J. - *Mercator XXI Teoria e Prática do*

Marketing. 10ª Edição. Lisboa: Publicações D. Quixote, 2004. ISBN: 972-20-2745-X;
5. VIANA, C. , HORTINHA, J. - Marketing Internacional. 2.ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo, 2002. ISBN: 972-618-283-2.

Mapa IX - Multimédia / Multimedia

6.2.1.1. Unidade curricular:

Multimédia / Multimedia

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

José Manuel Seixas Alves 15 T + 45 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Adquirir competência de análise das potencialidades dos produtos multimédia em ambiente profissional, de forma a complementarem a sua área de acção.

2. Adquirir conhecimentos acerca do papel das tecnologias multimédia no campo de acção do gestor sociocultural.

Conceitos fundamentais do multimédia; ferramentas multimédia de pré-produção e planificação de campanhas multimédia.

3. Software de apresentações multimédia. Internet e cultura multimédia.

4. Avaliar as potencialidades e limitações das tecnologias, aplicações e serviços multimédia para o exercício das suas competências profissionais.

5. Perceber as potencialidades do multimédia no desenvolvimento de projectos profissionais e culturais.

6. Desenvolver capacidades de planeamento e gestão de campanhas multimédia.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Competence of analysis of the potentialities of the multimedia products in professional environment, complementing the action area for the students.

2. Acquire knowledge of the role of the multimedia technologies in the field of action of the sociocultural manager.

Basic concepts of multimedia, multimedia tools and pre-production planning capanhas multimedia.

3. Software for multimedia presentations. Internet and multimedia culture.

4. To understand the potentialities of multimedia in the developing of professional and cultural projects.

5. To evaluate the potentialities and limitations of the multimedia technologies, applications and services for the professional competences.

6. To develop capacities for planning and managing multimedia campaigns.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Conceitos fundamentais do multimédia.

2. Ferramentas multimédia de pré-produção e planificação de campanhas multimédia.

3. Software de manipulação de imagem e de apresentações multimédia.

4. Internet e cultura multimédia.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Fundamental concepts of multimedia;

2. Multimedia tools for pre-production and planification of marketing campaigns.

3. Software: image manipulation and multimedia presentation.

4. Internet and multimedia culture.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Horas presenciais:

- Método expositivo, com recurso à utilização de ferramentas multimédia. Método interrogativo, por forma a desenvolver a capacidade crítica.

- Método demonstrativo, apoiado em equipamentos técnicos e ferramentas informáticas de multimédia. Método activo, em que os discentes resolvem exercícios.

Horas não presenciais:

- Método activo, em que os discentes realizam trabalhos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presence classes:

- Expositive method, with the use of multimedia products. Interrogative method, for the development of the critical capabilities.

- Demonstrative method, with the use of technical and informatics tools for multimedia presentations. Active method, with the application of student exercises.

Not presence classes:

- Active method, where the students make their works.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descuidar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. Ambrose, Gavin – *The Layout Book*. Lausanne: Ava Publishing, 2007.

2. Anderson, Chris – *A Cauda Longa*. Lisboa, Actual Editora, 2007.

3. Chapman, Nigel – *Digital Multimedia*. New York: John Wiley & Sons, 2005. 978-0470858905

4. Ribeiro, Nuno - *Multimédia e Tecnologias Interactivas*. Lisboa: FCA – Editora Informática, 2004. 972-722-415-6.

5. Ferreira, Fernando Tavares – *Photoshop CS4 Curso Completo*. Lisboa: FCA - Editora Informática, 2009.

Mapa IX - Pesquisa de Mercados e Métodos de Previsão / Market Research and Forecasting Methods

6.2.1.1. Unidade curricular:

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes 40 TP + 20 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Planificar estudos de mercado: formular o problema de investigação e identificar as fontes de informação necessárias, definir o método de recolha de dados e a técnica de amostragem a utilizar.*
- 2. Analisar e classificar os dados e elaborar o relatório de resultados e de possíveis recomendações.*
- 3. Analisar criticamente diferentes situações e, com base em dados históricos, estimar cenários prováveis de ocorrências.*
- 4. Distinguir e aplicar os métodos e ferramentas adequados ao tratamento dos dados.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Plan market studies, by formulating the research problem, identifying the information sources required, establishing the data collection method and the sampling technique.*
- 2. Analyze and classify the data and present a result and recommendations report.*
- 3. Estimate probable future scenarios based on historical data. Identify and select the appropriate tools and methods to data analysis.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

PARTE I - ESTUDOS DE MERCADO

- 1. Introdução aos estudos de mercado*
- 2. O design do estudo de mercado*
- 3. A implementação do estudo de mercado*
- 4. Áreas de aplicação de estudos de mercado.*

PARTE II - MÉTODOS DE PREVISÃO

- 5. Introdução aos métodos de previsão*
- 6. Os métodos qualitativos*
- 7. Análise de séries temporais*
- 8. Modelos causais*
- 9. Avaliação dos métodos quantitativos.*

6.2.1.5. Syllabus:

PART I - Market Research

- 1. Introduction to market research;*
- 2. Market research design;*
- 3. Implementation of a market research*
- 4. Market research main areas.*

PART II – Forecasting methods

- 5. Introduction to forecasting;*
- 6. Qualitative methods;*
- 7. Time series analysis;*
- 8. Causal models;*
- 9. Evaluation of the quantitative. methods*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O método pedagógico utilizado será o método expositivo participado e activo que possibilita a transmissão e troca de informações e conhecimentos. As aulas serão teórico-práticas, propiciando a aprendizagem compreensiva das teorias e conceitos e a análise e resolução de casos práticos com recurso a uma aplicação informática.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methods will be the expositive and participative methods, which allow the transmission and exchange of information and knowledge. The classes will be theoretic and laboratory classes. This way, the students will be able to learn and understand the theories and concepts and to analyze and solve exercises with the help of specific software.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- 1. Aaker D. et al (2003). Marketing Research. 8th edition. London: John Wiley & Sons. ISBN: 978-0471230571.*
- 2. Hill, M. et al (2008). Investigação por Questionário. 2ª edição. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 972-618-273-5.*
- 3. Lindon D. et al. (2000). Mercator 2000 - teoria e prática do marketing. 9ª edição. Lisboa: Publicações Dom Quixote. ISBN: 972-20-1912-0.*
- 4. Lopes J. (2007). Fundamental dos estudos de mercado - teoria e prática. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 978-972-618-464-5.*
- 5. Makridakis S. , Wheelwright S. & Hyndman R. (1998). Forecasting - methods and applications. 3rd edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 978-0-471-53233-0.*

Mapa IX - Gestão Comercial / Commercial Management

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão Comercial / Commercial Management

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Analisar, organizar, planejar e avaliar a função comercial.*
- 2. Compreender a importância da força de vendas nos resultados e conhecer os métodos e técnicas para motivar as equipas da força de vendas.*
- 3. Analisar e otimizar um ponto de venda e melhorar a experiência do consumidor.*
- 4. Desenvolver e implementar um plano de promoção de vendas.*
- 5. Compreender e utilizar os princípios da negociação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Analyze, organize, plan and evaluate the commercial function.*
- 2. Understand the sales force importance for the results and know the proper methods and techniques to motivate the force sales' teams.*
- 3. Analyze and optimize a point of sale (PoS) and enhance the customer experience.*
- 4. Develop and implement a sales promotion plan.*
- 5. Understand and complete a negotiation.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução à função comercial*
- 2. Desenvolvimento e gestão da força de vendas*
- 3. Gestão do ponto de venda*
- 4. Promoção de vendas*
- 5. Avaliação e controlo de vendas*
- 6. Técnicas de negociação e ética empresarial*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to sales*
- 2. Development and management of sales force*
- 3. Point of sales management*
- 4. Sales promotion*
- 5. Sales control and evaluation*
- 6. Negotiation and organizational ethics*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular será desenvolvida através de aulas teórico-práticas, propiciando aos alunos a aprendizagem compreensiva de teorias, factos, conceitos e princípios e a resolução de casos práticos que envolvam situações típicas de gestão comercial. O método pedagógico utilizado é o método expositivo

participado e activo que possibilita a transmissão e troca de informações e conhecimentos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

This unit will be developed in the form of theoretic-practice classes, with emphasis in active methods.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descuidar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. CHURCHILL G. A. et al. (2003). *Sales Force Management. 7th Edition, New York: McGraw-Hill.*
2. DALRYMPLE, D. J. et al. (2003). *Sales Management. 8th Edition, New York: John Wiley & Sons. ISBN-13: 9780471230601.*
3. JOHNSTON, M. e MARSHALL, G. (2006). *Churchill/Ford/Walker's Sales Force Management. 8th Edition, New York: McGraw-Hill. ISBN-13: 9780072961836.*
4. JUSTINO, L. (2007). *Direcção Comercial. Lisboa: LIDEL – edições técnicas, Lda. ISBN: 978-972-757-482-7.*
5. CUMMINS, J. (2000). *A Promoção de Vendas. (trad. Maria José Reis) Mem Martins: Publicações Europa América. ISBN: 972-1-04772-4.*

Mapa IX - Gestão de Produtos e Marcas / Product and Brand Management

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão de Produtos e Marcas / Product and Brand Management

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ricardo Alexandre Fontes Correia 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Estabelecer objectivos e estratégias com vista à gestão do portfólio de produtos de uma organização;*
2. *Definir critérios para a ampliação e/ou eliminação de produtos;*
3. *Desenvolver novos produtos;*
4. *Compreender a importância estratégica da marca e do papel da sua comunicação no desenvolvimento de uma vantagem competitiva na mente dos públicos alvo;*
5. *Dominar, compreender e utilizar o conceito de brand equity;*
6. *Articular os instrumentos de gestão de marcas e explicitar os respectivos fundamentos conceptuais;*
7. *Aplicar os princípios estruturais do brand naming e do brand design.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Establish objectives and strategies with sight to the management of the portfólio of products of an organization;
2. Define criteria for magnifying and/or elimination of products;
3. Develop new products;
4. Understand the strategical importance of the brand and the paper of its communication in the development of a competitive advantage in the mind of the target;
5. Dominate, understand and use the concept of brand equity;
6. Articulate the instruments of management of brands and explain the respective conceptual beddings;
7. Apply the structural principles of brand naming and brand design.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. A marca como entidade nuclear da acção de marketing das instituições;
2. A Arquitectura da Marca;
3. Gestão Estratégica de Marcas;
4. O Conceito de Brand Equity;
5. Modelos de Avaliação de Brand Equity;
6. Métodos de Articulação de Corporate Brand com o Product Brand;
7. Desenvolvimento e Gestão de Produtos; Gestão de uma Carteira de Produtos;
8. O Papel da Inovação em Produtos.

6.2.1.5. Syllabus:

1. The brand as nuclear entity of the marketing action of the institutions;
2. Brand Architecture;
3. Brands Strategic Management;
4. Brand equity concepts;
5. Brand equity models;
6. Corporate and Product Brand connect methods;
7. Development and management of products;
8. Products Portfolio Management;
9. The role of innovation in products.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas expositivas dos conteúdos programáticos. Método de participação activa com a envolvimento dos alunos na exposição de casos práticos e na exploração de artigos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Expository lessons of program content. Method involves active participation of students with the exposure to case studies and exploration of articles.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. COELHO, C. , ROCHA, P. – *Brand Taboos. Booknomics, 2007. ISBN: 978 989 8028 54 9*
2. LENCASTRE, Paulo – *O livro da marca. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 2007. ISBN: 978 972 20 2841 7*
3. LENDREVIE, J. , LINDON, D. , RODRIGUES, V. e DIONÍSIO, P. - *Mercator XXI. Lisboa: Publicações D. Quixote, 2004.*
4. AAKER, David - *Building Strong Brands: Simon & Schuster Ltd, 2002. ISBN: 0743232135.*
5. *Revistas com artigos sobre Marketing, nomeadamente Exame, Executive Digest, Marketeer, Marketing e Publicidade, Estudos de Gestão, Harvard Business Review, entre outras.*

Mapa IX - Tecnologias da Informação / Information Technologies

6.2.1.1. Unidade curricular:

Tecnologias da Informação / Information Technologies

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Vítor José Domingues Mendonça 30 TP + 30 PL + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. *Desenvolver uma visão dos Sistemas de Informação como factor estratégico nas organizações;*
2. *Conhecer tecnologias que possibilitem ganhos estratégicos para as organizações;*
3. *Criar nos alunos um espírito crítico que lhes permita avaliar soluções tecnológicas que se traduzam em mais valias para a organização.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. *Develop a vision of information systems as strategic factor in organizations;*
2. *Known technologies that allow for strategic profit organizations;*
3. *Create in students a critical spirit that enables them to evaluate technology solutions which result in capital gains for organization.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Enquadramento da Estratégia Tecnológica.*
2. *ERP Enterprise Resource Planning.*
3. *CRM Customer Relationship Management.*
4. *E-Commerce e E-Business.*
5. *EMarketplaces.*
6. *Leilões Virtuais.*
7. *Redes Sociais.*
8. *Tecnologias emergentes.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *A Framework for Technology Strategy.*
2. *ERP Enterprise Resource Planning.*
3. *CRM Customer Relationship Management.*
4. *E-Commerce and E-Business.*
5. *EMarketplaces.*
6. *E-Auctions.*
7. *Social Networks.*
8. *Emerging technologies*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Horas de contacto:

Exposição teórica dos conceitos;

Orientação na utilização das Tecnologias de Informação (ERP, CRM);

Discussão de casos de estudo e de material científico referente ao conteúdo curricular.

Horas não presenciais:

Pesquisa, análise e estudo de documentação científica;

Exploração de Tecnologias de Informação.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Contact hours:

Exhibition of theoretical concepts;

Guidance on the use of Information Technology (ERP, CRM);

Discussion of case studies and scientific material relating to curriculum content.

Not presential Hours:

Research, analysis and study of literature;

Exploration of Information Technology

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. ALTER, S. - *Information Systems: Foundation of E-Business: Pearson Education, 2001. ISBN: 0130617733;*

2. OLIVEIRA, W. - *CRM e e-business: Edições Centro Atlântico, 2000. ISBN: 972-8426-29-1;*

3. CHORAFAS, D. - *Integrating Erp, Crm, Supply Chain Management , and Smart Materials*: CRC Press, 2001. ISBN: 0849310768;
4. NORRIS, G. et al. - *E-Business and ERP: Transforming the Enterprise*: Wiley, John & Sons, 2000. ISBN: 0471392081;
5. BIDGOLI , H. - *Electronic Commerce: Principles and Practice*: Elsevier Science & Technology Books, 2002. ISBN: 0120959771;

Mapa IX - Projeto/Estágio / Project/Internship

6.2.1.1. Unidade curricular:

Projeto/Estágio / Project/Internship

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luís Carlos Magalhães Pires - Projeto: 5S + 20 OT; Estágio: 5S + E 225 + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Luísa Margarida Barata Lopes Projeto: 5S + 20 OT; Estágio: 5S + E 225 + 20 OT

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes Projeto: 5S + 20 OT; Estágio: 5S + E 225 + 20 OT

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

Luísa Margarida Barata Lopes Projeto: 5S + 20 OT; Estágio: 5S + E 225 + 20 OT

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes Projeto: 5S + 20 OT; Estágio: 5S + E 225 + 20 OT

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Relacionar e integrar as diversas áreas e ferramentas da gestão de marketing;*
- 2. Aplicar os conhecimentos obtidos ao longo da licenciatura na resolução de problemas e situações específicas;*
- 3. Demonstrar capacidade e dinâmica de trabalho individual e em equipa;*
- 4. Demonstrar autonomia na resolução de problemas;*
- 5. Demonstrar capacidade continuada de adquirir novos conhecimentos para auxílio à resolução de problemas específicos e/ou situações concretas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Relate and integrate different areas and tools of marketing management;*
- 2. Apply the knowledge acquired throughout the degree course in solving problems and situations;*
- 3. Demonstrate ability and dynamics of individual and team work;*
- 4. Demonstrate autonomy in solving problems;*
- 5. Demonstrate continued ability to acquire new knowledge to aid in solving specific problems and / or specific situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- A unidade curricular tem por objectivo integrar os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura.

6.2.1.5. Syllabus:

- This course unit has a main goal which is to integrate all the knowledge acquired through the course.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da

unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Desenvolve-se um trabalho (Projecto de Investigação/Aplicação ou Relatório Final de Estágio) complementado por sessões tutoriais, promovendo a capacidade de pesquisa e investigação e a aplicação dos conhecimentos adquiridos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

A final work is done (Academic Project or Report of Internship) complemented with tutorial sessions, promoting the student's capacity of research, investigation and application of the acquired knowledge.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- 1. ECO, U. – Como se faz uma tese em Ciências Humanas. 6ª edição. Lisboa: Editorial Presença, 1995;*
- 2. FERNANDES, A. J. – Métodos e Regras para Elaboração de Trabalhos Académicos e Científicos. Lisboa: Porto Editora, 1993/94/95;*
- 3. FRADA, J. J. C. – Guia Prático para Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos. 7ª edição. Lisboa: : Edições Cosmos. 1997;*
- 4. QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. V. – Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva Publicações, 1992.*
- 5. Bibliografia específica da área de investigação ou estágio e Guia de Implementação do Relatório de Estágio / Projecto - Instruções para Autores - EsACT.*

Mapa IX - Direito do Marketing I / Marketing Law I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Direito do Marketing I / Marketing Law I

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Susana Isabel Pinto Ferreira dos Santos Gil 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Identificar a ordem jurídica como parte integrante e complementar da ordem social.*
- 2. Compreender a organização política do Estado Português.*
- 3. Compreender a importância das fontes de direito*
- 4. Conhecer os vários tipos de ilicitude e tipos de responsabilidade civil.*
- 5. Conhecer a legislação que regula o ramo do Direito Comercial: Código Comercial, o Código das Sociedades Comerciais, o Código do Registo Comercial, entre outros diplomas.*
- 6. Adquirir conhecimentos sobre os comerciantes em nome individual, sociedades comerciais e sua constituição.*
- 7. Conhecer as principais formas contratuais utilizadas na actividade de marketing.*
- 8. Aplicar os normativos legais numa perspectiva eminentemente prática.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Identify the legal system as an integral and complementary to the social order.*
- 2. Understand the organization of the Portuguese State.*
- 3. Understand the importance of the sources of law.*
- 4. Know the various types of illegality and assumptions of Liability.*
- 5. Interpretate the commercial law, the commercial company law, the Commercial Registrar Code, National Firm Registration, among others.*
- 6. Acquire knowledge on the sole trader, the commercial establishment and the commercial companies*
- 7. Acquire knowledge about the main contracts under the scope of Marketing.*
- 8. Apply the legal concepts and normatives in practical situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

PARTE I Noções elementares do direito.

PARTE II Direito Comercial.

PARTE III Alguns contratos relevantes no Marketing.

6.2.1.5. Syllabus:

PART I Basic notions of Law

PART II Commercial Law.

PART III Some relevant contracts under the scope of Marketing.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apresentação e debate dos conteúdos programáticos. Resolução de casos práticos, com aplicação dos conceitos e normativos legais.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presentation and debate of programme contents. Resolution of practical cases, with application of the legal concepts and normatives.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descuidar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- 1. ABREU, Jorge M. Coutinho - Curso de Direito Comercial (Introdução, Actos de Comércio, Comerciantes, Empresas, Sinais Distintivos), Volume I. 7ª Edição. Coimbra: Almedina, 2009.*
- 2. ASCENSÃO, José Oliveira - O Direito - Introdução e Teoria Geral. 5ª Reimpressão da edição de Março de 2005. Coimbra : Almedina, 2011*
- 3. COUTO, Rute; FERREIRA DOS SANTOS, Susana - Introdução ao Direito e Direito Constitucional - Casos Práticos Resolvidos e Hipóteses. Corpos Editora, 2009*
- 4. MONTEIRO, António Pinto - Direito Comercial - Contratos de Distribuição Comercial –3ª reimpressão. Coimbra: Almedina, 2009.*
- 5. MACHADO, João Baptista – Introdução do Direito e ao Discurso Legitimador. 19ª reimpressão. Coimbra : Almedina, 2011*

Mapa IX - Economia / Economics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Economia / Economics

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

Miguel Ângelo Vilela Rodrigues 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Jose Carlos Branco Celeiros 60 TP + 20 OT

6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

Jose Carlos Branco Celeiros 60 TP + 20 OT

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- Conhecer os fundamentos da ciência económica nas suas vertentes.*
- Interpretar a teoria do comportamento do consumidor e do produtor.*
- Distinguir estruturas de mercado.*
- Relacionar conceitos económicos.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- Understanding the economic concepts.*
- Understanding consumer's and producer theory.*
- Understanding market structures.*
- Analyse and understand the obtained economic information.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. O Problema Económico*
- 2. Teoria elementar da oferta e da procura.*
- 3. Teoria do Consumidor.*
- 4. Teoria da Empresa.*
- 5. Estruturas de Mercado.*
- 6. Contabilidade Nacional.*
- 7. A relação da Economia com outras Ciências.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Economic Problem*
- 2. Elementary theory of the Supply and the Demand.*
- 3. Consumer Theory.*
- 4. Enterprise Theory.*
- 5. Market structure.*
- 6. National Accounts.*
- 7. Relationship of the economy and other sciences.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

Os objectivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo também em conta as competências horizontais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide, the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ensino presencial: Exposição de conteúdos e exemplos por meios audiovisuais; Análise e estudo de textos/notícias económicos; Resolução de exercícios casos práticos; Ensino não presencial: Propostas de resolução de exercícios e casos práticos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

All topics will be exposed in classes where students can take part on their analysis and discussion. A book of exercises complements the course texts where students have the opportunity to learn and consolidate economic skills.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspectos teóricos fundamentais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of

highly practical and vocational without forgetting fundamental theory.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

1. MATA, José – "Economia da Empresa". Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000. ISBN 972-31-0901-8
2. NEVES, J. César - "Introdução à Economia". 3.ª Edição. Lisboa: Editorial Verbo, 1996. ISBN 972-22-1516-7
3. SAMUELSON, P. e W. Nordhaus – "Economia". 16.ª ed. Lisboa: McGraw-Hill, 1999.
4. SOUSA, M. ; GOMES, O. - "Análise Económica". Lisboa: Edições Sílabo, 2009. ISBN 978-972-618-554-3
5. UCHA, Isabel – "Introdução à Economia – Síntese, Exercícios e Soluções". 3.ª Edição. Lisboa: Editorial Verbo, 2000. ISBN 972-22-1618-0.

6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

As metodologias de ensino e aprendizagem aplicadas na aquisição de saberes e competências de carácter eminentemente prático, recorrem de forma intensiva a: aulas teórico-práticas com apresentação e discussão de conceitos, metodologias e técnicas, estudos de caso, por forma a desenvolver o sentido crítico, de análise e tomada de decisão; sessões de contacto em prática laboratorial, para a utilização e conhecimento de tecnologias, análise de problemas concretos, recolha, selecção e interpretação de informação relevante, contribuindo para a determinação de alternativas e resolução de problemas; sessões tutoriais, promovendo a capacidade de pesquisa e investigação e a aplicação dos conhecimentos adquiridos; colaboração nas actividades de promoção da EsACT e do IPB; integração em projectos externos desenvolvidos na instituição; organização e implementação de eventos; realização e participação em visitas de estudo, conferências e workshops.

6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

The teaching and learning methodologies applied in the acquisition of knowledge and skills is eminently practical, use intensively the: theoretical and practical lessons with presentation and discussion of concepts, methodologies and techniques, case studies, in order to develop a critical sense, analysis and decision making; contact sessions in laboratory practice for the use and knowledge of technology, analysis of specific problems, collection, selection and interpretation of relevant information, contributing to the determination of alternatives and problem solving; tutorial sessions, promoting research capacity and application of acquired knowledge; collaboration in promotion activities of EsACT and IPB; integration projects developed outside the institution; organization and implementation of events; realization and participation in study visits, conferences and workshops.

6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

Por deliberação do CTC, foi adoptada uma estrutura "modular" em que cada UC tem um número de créditos fixo. Assim, cada semestre tem 5 unidades curriculares de 6 créditos cada. A adopção de um estrutura modular segue as próprias recomendações do ECTS Users' Guide, publicado pela CE, e do regulamento do IPB relativo à aplicação do ECTS, publicado através do Despacho n.º 12826/2010, do DR (2.ª série) N.º 153 de 9 de Agosto.

A estrutura modular faz com que todas as ucs sejam iguais, do ponto de vista da sua carga de trabalho, o que permite aos alunos comparar de forma mais simples e efectiva a distribuição da carga de trabalho entre as ucs, através dos inquéritos electrónicos, realizados no fim de cada semestre, por unidade curricular, com carácter obrigatório. Cada docente monitoriza os inquéritos da respectiva uc e, se necessário, cabe ao director de curso notificar os docentes e propor à comissão de curso e ao conselho pedagógico a correcção de desvios sistemáticos.

6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

By determination of the CTC, a "modular" structure in which each curricular unit has a fixed number of credits, was adopted. Thus, each semester has five curricular units with 6 credits each. The adoption of a modular structure follows the recommendations of ECTS Users' Guide, published by the EC and the regulation of IPB on ECTS implementation, published by Order No. 12826/2010 of the Official Gazette (2. Series) No. 153, Aug. 9.

A modular structure means that all the curricular units have the same workload, which allows the students to effectively distribute the workload between the curricular units and to easily compare them through electronic surveys, applied at the end of each semester. Each teacher monitors the survey results. When a

systematic problems related with a curricular unit is identified, the degree director notifies the teachers and proposes a solution to the degree commission and to the pedagogical board.

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os métodos de avaliação (MA) são descritos na ficha de cada uc no campo "Alternativas de Avaliação". Os objectivos são descritos sob a forma de uma lista numerada de "Resultados da Aprendizagem e Competências" (RAC). O número de docentes que estabelece uma correspondência directa entre cada RAC e um ou mais MA, é crescente e há incentivos de boas práticas que se reflectem na avaliação do corpo docente e há, igualmente, orientações nesse sentido para os directores de curso e coordenadores de departamento, durante a revisão anual das fichas das ucs.

Desde a adaptação dos cursos ao Processo de Bolonha tem-se verificado uma redução do número de unidades curriculares avaliadas exclusivamente através de exame final escrito e o aumento da monitorização regular através de avaliação formativa. Por outro lado, a avaliação sumativa tem sido cada vez mais distribuída ao longo do semestre, com maior diversidade e especificidade das metodologias de ensino e de avaliação, associadas a cada RAC.

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

The methods of assessment (MA) are described in each curricular unit form in the "Alternative Assessment" field. The objectives are described using an enumerated list of "Learning Outcomes and Competencies" (LOC). The number of teachers establishing a direct correspondence between each LOC and one or more MA is growing and there are incentives for good practice, as reflected in the teaching staff evaluation. There are also guidelines for helping degree directors and department coordinators during the annual review of curricular unit forms.

Since the adaptation of programmes to the Bologna Process, there is a reduction in the number of curricular units assessed exclusively by final exam and the monitoring by regular formative assessment is increasing. On the other hand, summative assessment has been increasingly distributed throughout the semester, with greater specificity and diversity of teaching methodologies and assessment, associated with each LOC.

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

Incentiva-se a envolvimento dos alunos (organização e participação) em manifestações científicas, tais como seminários, conferências, etc. Cada actividade é incluída no plano de actividades do departamento, com definição das competências a adquirir pelos alunos e formas de aferir a aquisição dessas competências.

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

It is encouraged the involvement of students (organization and participation) in scientific events such as seminars, conferences, etc. Each activity is included in the department's activities plan, defining the skills to be acquired by students and ways to measure the acquisition of such skills.

7. Resultados

7.1. Resultados Académicos

7.1.1. Eficiência formativa.

7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency			
	2008/09	2009/10	2010/11
N.º diplomados / No. of graduates	1	2	18
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	1	1	3
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	0	11
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	1	4
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Perguntas 7.1.2. a 7.1.3.

7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.

O curso agrupa as unidades curriculares em 7 áreas: Marketing (10UC; 66ECTS), Economia e Gestão (6UC; 36ECTS), Línguas (1UC; 6ECTS), Ciências da Comunicação (3UC; 18ECTS), Informática (4UC; 24ECTS), Direito (2UC; 12ECTS) e Matemática e Métodos Quantitativos (3UC; 18ECTS). Em termos percentuais, a taxa de aprovados/avaliados é a seguinte: Marketing (87%), Economia e Gestão (70%), Línguas (78%), Ciências da Comunicação (65%), Informática (80%), Direito (67%) e Matemática e Métodos Quantitativos (58%).

Em termos de unidades curriculares, de entre as 10 pertencentes à área do Marketing, Marketing Estratégico e Internacional e Projecto/Estágio têm a mais alta taxa de sucesso, com 100% de aprovações, logo seguidas por Gestão de Produtos e Marcas (97%), Pesquisa de Mercados e Métodos de Previsão (91%) e Gestão Comercial (87%). No outro lado da escala encontram-se as unidades curriculares de Elementos de Marketing I (68%) e Marketing Industrial e de Serviços (75%).

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.

The study cycle groups the curricular units in 7 areas: Marketing (10UC; 66ECTS), Economy and Management (6UC; 36ECTS), Languages (1UC; 6ECTS), Sciences of the Communication (3UC; 18ECTS), Computer Science (4UC; 24ECTS), Law (2UC; 12ECTS) and Quantitative Mathematics and Methods (3UC; 18ECTS). In percentile terms, the rate of approved/evaluated is the following: Marketing (87%), Economy and Management (70%), Languages (78%), Quantitative Sciences of the Communication (65%), Computer science (80%), Right (67%) and Mathematics and Methods (58%).

In terms of curricular units, among the area of the Marketing, Strategic Marketing and International and Project/Internship has the highest success rate, with 100% of approvals, followed by Products and Brands Management (97%), Market Research and Forecast Methods (91%) and Commercial Management (87%). In the other limit are Principles of Marketing I (68%) and Industrial and Services Marketing (75%).

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.

No âmbito do conselho pedagógico e do conselho permanente da EsACT, são actualizados e analisados, de entre outros, os seguintes dados estatísticos: distribuição de alunos por opção de candidatura, por ano curricular e por número de matrículas; número de alunos avaliados e aprovados por unidade curricular; evolução global, e por curso, do número de alunos que ingressam, que abandonam que concluem os seus graus e ainda os que transitam, reprovam e abandonam em cada ano curricular, de cada curso. Estes dados são apresentados e analisados com os directores de curso e com os coordenadores de departamento, em reuniões dos órgãos supracitados.

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

In the context of the pedagogical and permanent board the following data is analyzed: distribution of students by choice of candidate, by academic year and enrollment; number of students assessed and approved by curricular unit; global evolution in the number of students admitted, finishing and failing their degrees in each academic year. This information is presented and analyzed with the degree directors and the department coordinators in the above mentioned organs.

7.1.4. Empregabilidade.

7.1.4. Empregabilidade / Employability

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study cycle area	82
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	18
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	100

7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.

Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.

7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.

Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (Bom)
Centro de Investigação e Desenvolvimento em Matemática e Aplicações (Muito Bom)
Núcleo de Estudos de Administração e Políticas Públicas (Excelente)
Centro Interdisciplinar em Tecnologias da Produção e Energia (Bom)
Centro de Investigação de Montanha (Bom)
Centro de Matemática da Universidade do Porto (Excelente)
Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (Bom)
Instituto Jurídico Portucalense
Associação Portuguesa de Direito do Consumo

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

Nucleus of Studies in Enterprise Sciences (Good)
Center of Investigation and Development in Mathematics and Applications (Very Good)
Nucleus of Studies of Administration and Public Politics (Excellent)
Interdisciplinary center in Technologies of the Production and Energy (Good)
Center of Mountain Investigation (Good)
Center of Mathematics of the University of Porto (Excellent)
Center of Transdisciplinares Studies for the Development (Good)
Portucalense Legal Institut
Portuguese Association of Consumer Law

7.2.2. Número de publicações do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos.

10

7.2.3. Outras publicações relevantes.

Correia, R., Brito C. 2011. A Importância do Marketing para o Desenvolvimento Turístico: O caso de Montalegre. Revista Turismo & Desenvolvimento N.º16, pp. 127-143;
Couto, R.. 2009. Práticas Comerciais Desleais...para todos?. Revista Portuguesa de Direito do Consumo. N.º 5, pp. 134-140;
Fernandes, P., Monte, A.; Teixeira, J.. 2009. Previsão da procura turística utilizando um modelo não linear. XIII Congresso Intern. ACACIA 2009, Ciudad de Mexico, CD;
Morais, E., Pires, J., R. Gonçalves. 2011. Constrains associated to e-business evolution. In Cruz-Cunha, M.; Varajão, J. (ed.) E-business issues, challenges and opportunities for SMEs. IGI Global. p. 335-349 (cap. livro);
Lopes, L., Alves, H., Brito, C. 2011. Lost customers: determinants and process of relationship dissolution, 40th European Marketing Academy Conference, Liubliana, CD (ISI);
Rodrigues, M.. 2011. O Tratamento e Análise de Dados In H. Silvestre, J. Araújo (eds.) Metodologia para a Investigação Social. LX: Escolar Editora.

7.2.3. Other relevant publications.

Correia, R., Brito C. 2011. A Importância do Marketing para o Desenvolvimento Turístico: O caso de Montalegre. Revista Turismo & Desenvolvimento N.º16, pp. 127-143;
Couto, R.. 2009. Práticas Comerciais Desleais...para todos?. Revista Portuguesa de Direito do Consumo. N.º 5, pp. 134-140;
Fernandes, P., Monte, A.; Teixeira, J.. 2009. Previsão da procura turística utilizando um modelo não linear. XIII Congresso Intern. ACACIA 2009, Ciudad de Mexico, CD;
Morais, E., Pires, J., R. Gonçalves. 2011. Constrains associated to e-business evolution. In Cruz-Cunha, M.; Varajão, J. (ed.) E-business issues, challenges and opportunities for SMEs. IGI Global. p. 335-349 (cap. livro);
Lopes, L., Alves, H., Brito, C. 2011. Lost customers: determinants and process of relationship dissolution, 40th European Marketing Academy Conference, Liubliana, CD (ISI);
Rodrigues, M.. 2011. O Tratamento e Análise de Dados In H. Silvestre, J. Araújo (eds.) Metodologia para a Investigação Social. LX: Escolar Editora.

7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

O IPB é a única instituição de ensino superior num raio de 100 km e tem um papel indispensável no desenvolvimento da região através da fixação de jovens, contrariando a tendência, de desertificação do

interior do país, designadamente da população jovem que emigrou, na procura de melhores condições de vida e de formação superior, nas décadas de 60 e 70 e de 80 e 90, respectivamente. Só em finais dos anos 90 é que os jovens passaram a dispor de uma oferta diversificada ao nível do ensino superior, através do IPB, o qual tem uma população estudantil que representa cerca de 6% da população do concelho de Bragança e mais de 10% da do perímetro urbano (4,5%;10,2% EsACT em Mirandela) e é a única instituição da região que consegue atrair jovens para o interior e fixar uma parte. De outro modo, esta ampla região geográfica continuaria a desertificar-se, com menos população e mais envelhecida, sem jovens qualificados e com o seu desenvolvimento económico seriamente comprometido.

7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

The IPB is the only higher education institution in an 100 km radius and it plays an indispensable role in the regional development through the retention of youth, bucking the trend of desertification of the interior of the country, namely, the population of young people who emigrated, searching for better life conditions and higher education in the 60s, 70s, 80s and 90s. Only in the end of the 90s young people have benefited of a diversified supply of higher education programmes, through the IPB. This institution has a student population which represents about 6% of the Bragança county and over 10% of the city population (4,5% and 10,2% for the EsACT in Mirandela). It is the only institution of the region able of attracting and retaining young people. Otherwise, this vast region would continue to loose population, without qualified youth and seriously compromising it's economic development.

7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

O IPB tem uma estratégia de internacionalização integrada, liderada por um Vice-Presidente, que dispõe de um Gabinete de Relações Internacionais. O IPB tem uma longa história em programas de mobilidade com instituições europeias e não europeias de ensino superior. Pode referir-se como exemplo o Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida no âmbito do qual o IPB estabelece protocolos de cooperação e mobilidade, há mais de 10 anos. Nos últimos dois anos lectivos, o IPB integra o Top 100 de instituições de acolhimento de professores em mobilidade Erasmus. O IPB é a instituição de ensino superior portuguesa com mais Erasmus Intensive Programmes (IPs), designadamente, 5 em 15, e credita nos seus ciclos de estudos a formação obtida nestes IPs, por deliberação do CTC, com base no Regulamento de Creditação do IPB. O IPB disponibiliza, já no presente ano lectivo, a leccionação de unidades curriculares em língua inglesa.

7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

The IPB has an internationalization strategy, led by a vice-president, and has a Foreign Relations Office. The IPB has a long history of mobility programs with several European and non-European higher education institutions. As an example, the IPB has been establishing protocols of cooperation and mobility under the Program of Lifelong Learning for over 10 years. In the last consecutive two years, the IPB integrates the Top 100 of the Erasmus mobility institutions for teacher mobility. Moreover, the IPB is the higher education institution in Portugal with more Erasmus Intensive Programs (IPs), and credits in it's study cycles the training obtained under those IPs. The IPB has available, in the present year, the lecturing of several curricular units in English.

7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.

O IPB utiliza inquéritos, de forma generalizada, como instrumentos de monitorização da qualidade dos seus processos. Os resultados dos inquéritos são discutidos e analisados pelos responsáveis e constam de relatórios internos, aprovados pelos órgãos legal e estatutariamente competentes, com as propostas de melhoria que sejam apresentadas. Como exemplo, pode destacar-se o inquérito feito aos alunos provenientes do estrangeiro, cujos resultados têm permitido melhorar a recepção dos alunos, e tornar a instituição atractiva, reflectida num aumento notável do número de alunos estrangeiros. Actualmente, não existe um inquérito específico dedicado à monitorização das actividades científicas e tecnológicas. O regulamento de avaliação de docentes do IPB, em articulação com o estatuto da carreira docente, é em si um instrumento de monitorização e incentivo à melhoria de qualidade da investigação.

7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.

The IPB uses surveys as tools to monitor the quality of the processes. The results are discussed and analyzed by the responsible and are contained in internal reports, approved by the legal and statutorily competent bodies, together with the presented improvement suggestions. As an example, the results of the survey presented to the incoming foreign students, has provided a valuable insight into how the IPB can improve the international image. The applied measures helped the IPB to increase the number of foreign students. Currently, there is no survey specific to monitoring the

scientific and technological activities.

The rules for evaluating teachers in IPB, in conjunction with the statute of the teaching career in itself is a tool for monitoring and encouraging R&D quality improvement.

7.3. Outros Resultados

Perguntas 7.3.1 a 7.3.3

7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada.

O IPB dispõe de um gabinete de empreendedorismo, liderado por um Pró-Presidente, e foi criada, recentemente, uma Unidade de Transferência de Conhecimento e Tecnologia que tem por missão potenciar a investigação aplicada, o desenvolvimento e a transferência de conhecimento e de tecnologia, promovendo uma cultura orientada para o conhecimento e inovação e é responsável pelo apoio às estruturas científicas do IPB, com o objectivo de melhorar a competitividade do IPB e contribuir para o desenvolvimento social e económico da comunidade envolvente.

Na EsACT há um docente nomeado para a dinamização e organização da prestação de serviços à comunidade e para a formação de curta duração extra curricular. A sua concretização é efectuada de acordo com os regulamentos aprovados pela direcção.

O IPB credita nos seus ciclos de estudos a formação obtida nestes cursos, que sejam objecto de deliberação do CTC, com base no Regulamento de Creditação do IPB.

7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.

The IPB has an entrepreneurship office, led by a Pro-President, and recently was established a Technology and Knowledge Transfer Unit whose mission is to enhance applied research, development and transfer of knowledge and technology, promoting a culture for knowledge and innovation and is responsible for supporting scientific structures of IPB, with the aim of improving the competitiveness of IPB and contribute to social and economic development in the surrounding community.

In the ESTIG there is a teacher appointed to streamline and organize the services to the community and another for short-term extra curricular training. Its implementation is made in accordance with regulations adopted by the school director.

The IPB recognizes - giving credits in their study programmes - the training received in these courses. This accreditation procedure is performed according to the resolutions of the CTC, and based on the IPB Accreditation Regulation.

7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.

O IPB é a única instituição de ensino superior num raio de 100 km e tem um papel indispensável no desenvolvimento da região através da fixação de jovens, contrariando a tendência, de desertificação do interior do país, designadamente da população jovem que emigrou, na procura de melhores condições de vida e de formação superior. Só em finais dos anos 90 é que os jovens passaram a dispor de uma oferta diversificada ao nível do ensino superior, através do IPB, o qual tem uma população estudantil que representa cerca de 6% da população do concelho de Bragança e mais de 10% da do perímetro urbano (4,5%;10,2% EsACT em Mirandela). O contributo do IPB estende-se a vários outros concelhos da região como Mirandela, através da Escola aí existente e do funcionamento de CETs em vários concelhos.

O contributo real do IPB para o desenvolvimento regional e local ficou comprovado, recentemente, numa tese de doutoramento, elaborada por uma docente do IPB e apresentada à Universidade do Minho.

7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

The IPB is the only higher education institution in an 100 km radius and it plays an indispensable role in the regional development through the retention of youth, bucking the trend of desertification of the interior of the country, namely young people who emigrated searching for better life conditions and higher education. Only in the end of the 90s young people have benefited of a diversified supply of higher education programmes, through the IPB. This institution has a student population which represents about 6% of the Bragança county and over 10% of the city population (4,5% and 10,2% for the EsACT in Mirandela). The contribution of IPB extends to several other municipalities such as Mirandela and by teaching Technological Specialization Courses in other municipalities.

The real contribution of IPB to the regional and local development was recently demonstrated in a doctoral thesis, prepared by an IPB teacher, and presented to the University of Minho.

7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e

o ensino ministrado.

A divulgação da licenciatura de Marketing tem sido realizada no âmbito da divulgação institucional de toda a oferta formativa. A elaboração de folhetos genéricos de toda a oferta formativa do IPB e de brochuras mais detalhadas, com a definição clara e sucinta dos objectivos, planos curriculares e saídas profissionais de cada licenciatura, são feitos nos últimos 6 anos. Estes materiais são encaminhados aos gabinetes de orientação vocacional de todas as escolas secundárias do país e divulgados individualmente aos potenciais candidatos em feiras de orientação vocacional e feiras nacionais e internacionais desta temática, que visitamos com carácter sistemático. Em 2010/2011, foram realizadas 151 acções de divulgação dos Cursos do IPB em eventos de orientação vocacional, em todo o país. Num total de 261 dias de promoção, além do Dia Aberto na qual se faz a promoção de toda a oferta formativa junto dos visitantes (mais de 500 estudantes do secundário da zona norte do país, no ano transacto).

7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

The spreading of the degree of Marketing has been carried with the spreading of all formative offers. The elaboration of generic brochures of all formative offers of the IPB and of detailed paperback, with short and clear definition of the goals, curricular plans and professional exits of each degree, were made the last 4 years. These materials are directed towards vocational orientation offices of all the high schools of the country and individually to the potential candidates in fairs of vocational orientation and national and international fairs of this thematic, that we visit in a systematic way. In 2010/2011, 151 spreading vocational orientation events of the degrees of the IPB had been carried through, in all country. In a total of 261 days of promotion outside the Institutional space beyond the "Open Day" in which the promotion of all formative offers is made to the visitors (more than 500 students of high schools from the north of the country, visited IPB last year).

7.3.4. Nível de internacionalização

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level	
	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	7.4
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	28.4
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	5

8. Análise SWOT do ciclo de estudos

8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

- inexistência de um curso similar em qualquer instituição de ensino superior da região potenciando a atractividade do curso;*
- localização geográfica favorável considerando a centralidade da cidade de Mirandela na região;*
- conteúdos programáticos actuais e transversais a todos os sectores de actividade económica;*
- forte componente de economia e gestão potenciadora de actividades empreendedoras.*

8.1.1. Strengths

- nonexistence of a similar degree in any institution of higher education of the region harnessing the attractiveness of this graduation;*
- geographic localization favorable considering the centrality of the city of Mirandela in the region;*
- current and transversal programmatic contents to all the sectors of economic activity;*
- strong economics and management components promoting entrepreneurship activities.*

8.1.2. Pontos fracos

- inexistência de um segundo ciclo para complementar e aprofundar os conhecimentos na área;*
- insuficiente interligação com a prática e a realidade empresarial.*

8.1.2. Weaknesses

- nonexistence of a second cycle to complement and deepen the knowledge in the area;*

- insufficient interconnection with the practice and the enterprise reality.

8.1.3. Oportunidades

*-insuficientes competências na área do marketing por parte das organizações públicas e privadas;
-sector turístico regional em crescimento (e.g. turismo activo e turismo rural) e a reconhecer a necessidade de promoção e divulgação dos produtos regionais com certificação DOP, entre outras certificações;
-fomentar competências ao nível do empreendedorismo no sector do marketing (e.g. agências de comunicação, organização e gestão de eventos, pesquisa de mercados).*

8.1.3. Opportunities

*- insufficient abilities in the area of the marketing from public and private organizations;
- regional touristic sector in growth (e.g. active tourism and agricultural tourism) and recognizing the necessity of promotion and spreading of the regional products with certification DOP, among others certifications;
- to foment entrepreneurship abilities in the marketing sector (e.g. agencies of communication, organization and management of events, market research).*

8.1.4. Constrangimentos

*-incipiente parque empresarial dificultando a aplicação de conhecimentos ao longo da licenciatura e empregabilidade futura;
-abertura de outras licenciaturas em marketing e áreas relacionadas no país, o que poderá progressivamente resultar numa saturação do mercado e dificuldades de empregabilidade dos diplomados;
-fraca procura como consequência da escola estar localizada no interior do país onde escasseiam candidatos e se exigem custos de mobilidade por parte de alunos oriundos do litoral.*

8.1.4. Threats

*- incipient enterprise park making it difficult the application of knowledge along the study cycle and future employment;
- opening of other degrees in marketing and related areas in the country, gradually resulting in a saturation of the market and difficulties of employment of graduated students;
- small demand as a consequence of the school localization (scarce candidates in the interior) and costs of mobility from the coast students.*

8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

8.2.1. Pontos fortes

*-organização eficiente dos departamentos, onde cada departamento assegura aulas de vários ciclos de estudos (estrutura matricial);
-boa articulação entre os órgãos de gestão da escola e da instituição;
-uniformização de instrumentos e estratégias ao nível de todos os ciclos de estudos;
-grau elevado de informatização dos instrumentos de suporte à actividade lectiva e de divulgação da oferta educativa (guia informativo ECTS on-line, com mecanismos de recolha de informação, revisão e aprovação em função do organograma da Instituição; plataforma de e-learning utilizada por todos os docentes, em todas as unidades curriculares; plataforma para publicação de sumários e controlo electrónico de presenças).*

8.2.1. Strengths

*-efficient organization of the departments, where each department provides lectures to several programmes (matrix structure);
-good articulation between the school and the institution management organs;
-standardization of the instruments and strategies at the study cycle level;
-high degree of electronic applications usage supporting the teaching and promotion activity (online ECTS guide with information gathering mechanisms, revision and approval according to the Institution organization; e-learning platform used by all the teachers in every curricular unit; platform for the management of summaries and electronic control of attendance).*

8.2.2. Pontos fracos

-baixo nível de informatização dos mecanismos de monitorização e recolha de informação, para avaliação do funcionamento das actividades lectivas, nomeadamente no que respeita à articulação das diferentes

unidades curriculares;

-dificuldades no acompanhamento de alunos diplomados;

-estruturas de gestão/coordenação muito variadas, envolvendo muitos docentes, com exigências grandes ao nível da uniformização de procedimentos e da definição de estratégias globais e integradoras.

8.2.2. Weaknesses

-low level of electronic usage of mechanisms to collect and monitor information related to the evaluation of teaching activities, namely respecting the articulation of the different curricular units;

- difficulties in monitoring graduates;

-structures of management/coordination involving many teachers, with demands at the level of the standardization of the procedures and the definition of global and integrative strategies.

8.2.3. Oportunidades

-adequação ao processo de Bolonha concluída, abrindo caminho para implementação de estruturas de monitorização e melhoria;

-implementação dos estatutos do IPB e do regime jurídico das instituições de ensino superior em fase de conclusão, libertando os órgãos de gestão da escola e da instituição para tarefas de reflexão relativamente às estruturas de coordenação das vertentes pedagógica e científica;

-avaliação generalizada dos ciclos de estudos, por parte da A3ES, exigindo mecanismos expeditos para um acompanhamento mais eficiente dos ciclos de estudos;

-conclusão recente do processo de certificação do IPB (norma ISO 9001), criando motivação adicional em torno das temáticas da qualidade.

8.2.3. Opportunities

-adoption of the Bolonha process concluded, paving the way to the implementation of monitoring and improvement structures;

-implementation of the IPB statutes and the legal status of higher education institutions nearing completion, freeing the school and institution management bodies for thought processes in relation of the scientific and pedagogical coordination structures;

-generalized evaluation of study cycles by the A3ES, demanding efficient mechanisms for regulating study cycles;

-recent completion of the process of quality certification of the IPB (ISO 9001), creating additional motivations in terms of quality procedures.

8.2.4. Constrangimentos

-necessidade de obtenção de consensos alargados, ao nível da escola e da própria instituição;

-indefinições ao nível da rede de ensino superior nacional.

8.2.4. Threats

-the need to obtain wide consensus, at the level of the school and the institution;

-uncertainties at the level of the national network of higher education.

8.3. Recursos materiais e parcerias

8.3.1. Pontos fortes

-os recursos materiais afectos ao curso dividem-se em i) orientados à leccionação, ii) apoio a actividades de estudo não presencial, iii) suporte logístico e iv) de lazer e descontração. Os recursos existentes e disponibilizados para as actividades i,ii e iii são adequadas em número, capacidade, funcionalidades instaladas e comodidade;

-relativamente a parcerias com entidades de referência salienta-se a existência de vários protocolos de natureza diversa, que de uma forma genérica compreendem, entre outras contrapartidas, o intercâmbio de docentes, investigadores e estudantes;

-a cooperação técnica e científica; bem como a colaboração em alguns domínios de ensino e na promoção de acções específicas de formação.

8.3.1. Strengths

-material resources assigned to the course may be divided in i) lecturing oriented, ii) non presential studding activities, iii) logistics and iv) leisure. Existing and available resources for activities i, ii and iii are adequate in number, capacity, functionality and comfort;

-concerning partnerships with reference entities the main significant is the existance of several

partnerships of diverse nature that, in general, comprises the mobility of teachers, researchers and students;
-the technical and scientific cooperation; as well as the collaboration in teaching domains and in specific training activities.

8.3.2. Pontos fracos

-condicionantes inerentes à instalação física da escola e constrangimentos daí advindos.

8.3.2. Weaknesses

-constraints inherent in the physical installation of the school.

8.3.3. Oportunidades

-alguns dos recursos materiais disponibilizados para actividades de apoio a actividades de estudo não presencial e lazer e descontração, são comuns ao Centro Cultural de Mirandela, o que possibilita disponibilizar à comunidade académica, por um lado, acesso a todos os recursos da biblioteca do município, via meios tradicionais ou electronicamente, bem como ao nível das actividades de lazer e descontração oferecer produtos e actividades actualizadas sem implicações financeiras;
-saliente-se ainda o potencial interesse e disponibilidade por parte de entidades cuja actividade se considera relevante e afim ao funcionamento do curso, para, a curto prazo, estabelecerem parcerias com objectivos convergentes com os seus interesses particulares e os estabelecidos pela EsACT.

8.3.3. Opportunities

-some material resources available for activities ii) non presential studding activities and iv) leisure are merged with Centro Cultural de Mirandela which allows offering to the academic community access both in traditional and electronic support to municipal library resources and, concerning leisure activities, its is possible to offer updated products and activities with no financial effort;
-also relevant is the pressure of several entities, whose main competence and activity copes with relevant areas and professional activities of future graduate's, to establish partnership in a near future with EsACT.

8.3.4. Constrangimentos

-face à existência de dois blocos pedagógicos, distanciados entre si, e pelo facto de os recursos materiais orientados ao suporte logístico estarem localizados fisicamente apenas num deles, resulta num constrangimento funcional.

8.3.4. Threats

-the fact of existing two pedagogical blocs, geographical placed apart, and also considering that material resources oriented for logistic support are physically placed only in one of them, may be seen as a threat.

8.4 Pessoal docente e não docente

8.4.1. Pontos fortes

-corpo docente em crescente qualificação e especialização (mais de 50% dos docentes encontram-se a frequentar programas de doutoramento);
-distribuição adequada dos docentes pelas diversas áreas científicas do ciclo de estudos;
-corpo não docente altamente qualificado;
-corpo docente jovem (cerca de 75% dos docentes têm idade inferior a 40 anos).

8.4.1. Strengths

-Teaching staff – qualification in progress – more than 50% of the teachers are doctorate students;
- Adequate distribution of the teachers through the different scientific areas of the cycle of studies;
- Non-teaching staff highly qualified;
- Young teaching staff (around 75% are under 40 years old).

8.4.2. Pontos fracos

-corpo docente pouco estável (apenas 30% dos docentes trabalha na escola há mais de 10 anos);
-elevado esforço exigido aos docentes em actividades lectivas e administrativas, restando pouca disponibilidade para actividades de I&D;
-dificuldade em recrutar especialistas do mundo empresarial, para colaboração em tempo parcial, introduzindo no ensino da Escola vertentes mais práticas e ligadas ao funcionamento das empresas;

-percentagem elevada de docentes nas categorias mais baixas da carreira.

8.4.2. Weaknesses

- within the teaching staff only 30% has been working in school for a period of over 10 years.*
- high level of effort demanded to the teaching staff in both teaching and clerical tasks, rendering any academic research more difficult ;*
- difficulties in hiring specialists, in part-time, from the corporate world, so that students could benefit from a more practical perspective connected to the companies' performance;*
- high percentage of teachers in the lowest categories.*

8.4.3. Oportunidades

- aprovação e publicação do regulamento de avaliação dos docentes do IPB, possibilitando a valorização dos docentes, em função do trabalho desenvolvido;*
- clarificação do papel do ensino politécnico ao nível da investigação aplicada em estudo, por parte do CCISP e do MEC.*

8.4.3. Opportunities

- approval and publication of the IPB Teaching staff's Assessment Regulations, allowing thus the positive discrimination of teachers regarding the tasks performed;*
- The CCISP and the MEC cleared out the role of the Polytechnic Education regarding the applied research under revision.*

8.4.4. Constrangimentos

- dificuldade em aplicar o estatuto da carreira docente, nomeadamente no que respeita à abertura de lugares de carreira em categorias superiores;*
- dificuldade em definir estratégias de motivação do pessoal não docente, devido à aplicação do SIADAP e às novas grelhas salariais;*
- recursos financeiros reduzidos.*

8.4.4. Threats

- difficulty in applying the statutes of the teaching profession, namely concerning the opening of career vacancies in higher categories;*
- difficulty in defining the motivation strategies regarding the non-teaching staff, due to the application of the SIADAP and to the new wage tables;*
- downsized financial resources.*

8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

8.5.1. Pontos fortes

- o empenho e a motivação demonstrados pelos alunos na aquisição dos conhecimentos de marketing para posterior aplicação no mercado de trabalho;*
- o programa Erasmus, fortemente enraizado, proporciona a vivência de novas experiências e novos contactos;*
- a relação aluno/docente de grande proximidade, tornando-se quase "familiar" e proporcionando aos alunos um melhor e maior acompanhamento;*
- o custo de vida da região é inferior face ao de outras cidades maiores ou regiões litorais;*
- propinas com um valor acessível face à maioria das instituições de ensino superior.*

8.5.1. Strengths

- the acquisition of marketing knowledge to apply in the work market displayed by the effort and motivation of the students;*
- the Erasmus program, strongly accepted, gives them the opportunity of new experiences and contacts;*
- the close relationship student / teacher gives to the students a better and closer support;*
- the cost of living in the region is smaller compared to other major cities and coastal regions;*
- fee with an accessible value compared to other institutions of higher education.*

8.5.2. Pontos fracos

- reduzida autonomia do aluno;*
- pontualidade.*

8.5.2. Weaknesses

- *low autonomy of the student;*
- *punctuality.*

8.5.3. Oportunidades

- *a conjuntura actual, nomeadamente económica, constitui um desafio para o mercado de trabalho destes alunos em virtude da necessidade de uma promoção cada vez maior por parte das empresas;*
- *o facto da região apostar na promoção dos seus produtos em que cada vez mais se trabalha na certificação (por exemplo do azeite e da alheira) e na exportação, denota a necessidade das empresas em apostar nesta área;*
- *o marketing é uma área recente e as empresas da região estão a reconhecer o valor e importância desta área;*
- *a inexistência de um curso igual nesta região.*

8.5.3. Opportunities

- *the current situation, including economic, constitutes a challenge for the work market of these students because of the need to promote increased by enterprises;*
- *the fact that the region invest in promoting their products that are increasingly working on certification (for example olive oil and sausage) and exports, reflects the need for companies to invest in this area;*
- *marketing is a recent area and the region's companies are recognizing the value and importance of this area;*
- *the nonexistence of the same degree in this region.*

8.5.4. Constrangimentos

- *inexistência de um parque empresarial forte na região, dificulta a integração destes alunos no mercado de trabalho.*

8.5.4. Threats

- *nonexistence of a strong enterprise park in the region makes it difficult to integrate these students into the labor market.*

8.6. Processos

8.6.1. Pontos fortes

- *os processos são tratados através de instrumentos informatizados e sistematizados, a partir de regulamentos oficiais;*
- *o funcionamento de cada curso é monitorizado pelo director de curso;*
- *o funcionamento de cada unidade curricular é monitorizado semestralmente através de inquéritos informatizados;*
- *o funcionamento das unidades curriculares centra-se cada vez mais nos resultados esperados da aprendizagem;*
- *a avaliação sumativa perdeu importância face à avaliação formativa;*
- *a avaliação sumativa é mais distribuída ao longo do semestre, com maior diversidade e especificidade das metodologias de ensino e de avaliação, associadas directamente a cada resultado esperado da aprendizagem.*

8.6.1. Strengths

- *the processes are dealt with through computer and media resources, based on official regulations;*
- *each degree's running is monitored by the degree director;*
- *each curricular unit's functioning is monitored every semester through computerized inquiries;*
- *the curricular unit's functioning is to a greater extent centered on the expected learning results;*
- *quantitative assessment has lost ground for the formative assessment;*
- *the quantitative assessment is put into practice throughout the semester, focusing on a higher level of diversity and specificity of the teaching and assessment methodologies, directly associated with each expected learning result.*

8.6.2. Pontos fracos

- *os instrumentos de monitorização ainda não se encontram integrados num sistema interno de garantia de qualidade do processo educativo;*
- *dificuldade dos docentes e dos alunos na assimilação de novos conceitos e numa mudança de atitude*

relativamente ao projecto do curso, de cada área científica e de cada uma das unidades curriculares, que requer disponibilidade para uma reflexão constante sobre o papel de cada uma destas entidades;
-utilização incipiente dos instrumentos de monitorização e de revisão, nomeadamente no que diz respeito ao funcionamento dos planos de estudos.

8.6.2. Weaknesses

- The monitoring tools are not yet integrated within an internal quality assurance system regarding the educational process properly structured and consolidated;*
- Teachers and students feel difficulties assimilating new concepts and find hard to cope with the changing of attitude concerning the degree project of each scientific area and courses degree, once it requires readiness to constant reflection upon the role performed by each of these entities;*
- Inadequate use of the monitoring and review tools, namely regarding the functioning of the syllabi.*

8.6.3. Oportunidades

- estão criados os instrumentos informáticos mais importantes para a qualidade dos processos e a sua monitorização sistemática;*
- é agora possível melhorar e consolidar estes instrumentos de modo a centrar o processo de ensino-aprendizagem, docente-aluno, nos Resultados Esperados da Aprendizagem (REA);*
- o principal aspecto a melhorar é a correspondência directa entre cada REA e os respectivos métodos de ensino/aprendizagem e de avaliação;*
- com a assimilação do conceito de crédito, torna-se possível reforçar a ligação entre os REA e as tarefas criadas para o efeito, no âmbito dos métodos de ensino e de aprendizagem, com a indicação do tempo total estimado (em horas) para a realização de cada tarefa.*

8.6.3. Opportunities

- the most important computer tools are thus created to enhance the quality of the processes and their systematic monitoring;*
It is now possible to improve and consolidate these tools so that one can centre the teaching-learning processes, teaching-student in the Expected Learning Results (ELR);
- the main aspect to be improved is the direct correspondence between each ELR and their teaching/learning and assessment methods;*
- with the use of the concept of credit, it becomes possible to reinforce the connection between the ELR and the designed tasks, regarding the teaching/learning methods, including the total predicted time spent in each task.*

8.6.4. Constrangimentos

- rotatividade considerável dos docentes das unidades curriculares, em resultado de sucessivas dispensas de serviço docente para formação avançada, que sempre foi uma aposta estratégica;*
- grande dinâmica de criação e ou alteração de cursos que resulta da própria legislação e da realidade da instituição;*
- consequentemente, existe um número bastante elevado de unidades curriculares por docente que, associado ao trabalho administrativo acrescido, dificulta a consolidação de instrumentos de garantia de qualidade e o desenvolvimento do ensino focado nos resultados da aprendizagem.*

8.6.4. Threats

- substantial turnover of the courses assigned to teachers, due to the several leaves of absence of the teaching staff for academic qualification, which has always been the institution's strategic bet;*
- great degree's creation and change dynamics which is a result of the legislation and of the institution reality;*
- therefore, a high number of courses per teacher in addition to all the clerical assignments make the consolidation of the quality and teaching development tools more difficult.*

8.7. Resultados

8.7.1. Pontos fortes

- recolha anual de dados estatísticos relativos a ingressos, abandonos, alunos avaliados e aprovados, etc.;*
- impacto muito positivo no desenvolvimento económico e social da região e no combate ao despovoamento do interior;*
- bom desempenho no esforço de internacionalização, sendo uma instituição atraente para alunos e docentes estrangeiros, de acordo com a análise dos inquéritos;*
- creditação nos ciclos de estudos da formação obtida em cursos de curta duração e da experiência*

professional.

8.7.1. Strengths

- annual collection of statistical data on admittance, dropouts, students success, etc.;*
- very positive impact on economic and social development of the region and in combating desertification in the interior;*
- good performance in the internationalization effort, being an attractive institution for students and foreign teachers, according to the analysis of surveys;*
- accreditation of the training obtained in short courses and professional experience in study cycles.*

8.7.2. Pontos fracos

- integração ainda débil de actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.*

8.7.2. Weaknesses

- still-weak integration of scientific, technological and artistic projects and/or national and international partnerships.*

8.7.3. Oportunidades

- a melhoria da qualidade do processo educativo, a identificação clara do papel de cada unidade curricular, centrado numa relação directa: Resultados Esperados da Aprendizagem - Métodos de Ensino/Aprendizagem - Métodos de Avaliação, vai traduzir-se numa melhoria do sucesso escolar;*
- foi criada a Unidade de Transferência de Conhecimento e Tecnologia que tem por missão potenciar a investigação aplicada, o desenvolvimento e a transferência de conhecimento e de tecnologia, com o objectivo de melhorar a competitividade do IPB e contribuir para o desenvolvimento social e económico da comunidade envolvente.*

8.7.3. Opportunities

- improving the quality of the educational process, the identification of clear roles for each module, centered on a link: Results Expected Learning - Methods of Teaching / Learning - Methods of Evaluation, it will result in improved educational achievement;*
- the Unit for Technology and Knowledge Transfer was created, whose mission is to enhance applied research, development and transfer of knowledge and technology with the aim of improving the competitiveness of IPB and contribute to social and economic development in the surrounding community.*

8.7.4. Constrangimentos

- região com baixo nível de atractividade na captação de alunos e fixação da população;*
- a cooperação em rede das instituições de ensino superior, nacionais e estrangeiras, é um desígnio relativamente recente, nomeadamente no ensino superior politécnico.*

8.7.4. Threats

- region with a low level of student attractiveness;*
- the cooperation with national and foreign higher education institutions is very recent in the polytechnic subsystem.*

9. Proposta de acções de melhoria

9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

9.1.1. Debilidades

- insuficiente contacto com o tecido empresarial ao longo do ciclo de estudos.*

9.1.1. Weaknesses

- insufficient contact with the enterprise context along the cycle of studies.*

9.1.2. Proposta de melhoria

- a comissão de curso está a preparar propostas de melhoria para o plano de estudos em resultado da*

análise interna efectuada em sede de comissão de curso e com alunos, seguindo-se a maturidade destas propostas nas demais estruturas da escola. Prepara também a sistematização de várias manifestações científicas como seja a participação em eventos de marketing (e. g. Semana Nacional do Marketing), visitas de estudos, cursos de curta duração e a organização de eventos, convidando entidades externas a participar em seminários internos.

9.1.2. Improvement proposal

- the degree commission is preparing proposals for the study plan as a result of the accomplished internal analysis within the commission and with students, followed by proposals maturity in the other school structures. It is also preparing the systematizing of various scientific manifestations as marketing events (e. g. Semana Nacional do Marketing), study visits, short courses and events organization inviting external entities to participate in internal seminars.

9.1.3. Tempo de implementação da medida

3 anos.

9.1.3. Implementation time

3 years.

9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.1.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.1.5. Indicador de implementação

-número de participações em eventos externos, eventos realizados internamente, visitas de estudos e cursos de curta-duração.

9.1.5. Implementation marker

-number of participation in external events, events accomplished internally, study visits and short courses.

9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

9.2.1. Debilidades

Acompanhamento dos alunos diplomados (ex-alunos) e monitorização/avaliação da adequação das competências dos ciclos de estudos ao mercado de trabalho.

9.2.1. Weaknesses

Monitoring of graduates (alumni) and monitoring/evaluation of the adequacy of skills for cycles to the labor market.

9.2.2. Proposta de melhoria

Criação de uma plataforma electrónica para recolha de informação, junto de diplomados (ex-alunos) e empregadores.

9.2.2. Improvement proposal

Development of an electronic platform to collect information from graduates and employers.

9.2.3. Tempo de implementação da medida

2 anos.

9.2.3. Improvement proposal

2 years.

9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.2.5. Indicador de implementação

Percentagem de diplomados (ex-alunos) e empresas (empregadoras de ex-alunos) monitorizados.

9.2.5. Implementation marker

Percentage of graduated students and employers monitored.

9.3 Recursos materiais e parcerias

9.3.1. Debilidades

Volatilidade de algumas parcerias com entidades cuja actividade se considera relevante e afim ao funcionamento do curso e ulterior actividade profissional dos diplomados, enquadráveis como catalisadoras de oportunidades profissionais e valorização de competências adquiridas.

9.3.1. Weaknesses

Volatility of some partnerships with entities whose activities are considered relevant and related to the operation of the course and subsequent professional activity of graduates, seen as a catalytic for professional opportunities and enhancement of skills acquired.

9.3.2. Proposta de melhoria

Sistematizar e consolidar parcerias com entidades cuja actividade se considera relevante e afim ao funcionamento do curso e ulterior actividade profissional dos diplomados, enquadráveis como catalisadoras de oportunidades profissionais e valorização de competências adquiridas.

9.3.2. Improvement proposal

Systematizing and consolidate partnerships with entities whose activities are considered relevant and related to the operation of the course and subsequent professional activity of graduates, classifiable as a catalytic for professional opportunities and enhancement of skills acquired.

9.3.3. Tempo de implementação da medida

3 anos.

9.3.3. Implementation time

3 years.

9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média.

9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium.

9.3.5. Indicador de implementação

Número de protocolos consolidados através de sistematização plurianual.

9.3.5. Implementation marker

Number of consolidated protocols through pluriannual systematization.

9.4. Pessoal docente e não docente

9.4.1. Debilidades

Pouca expressividade da componente científica de entre os docentes.

9.4.1. Weaknesses

Low-expressiveness of the scientific component from among teachers.

9.4.2. Proposta de melhoria

Encorajar e apoiar os docentes a integrar em parceria e impulsionar projectos de I&D e de cooperação com a comunidade.

9.4.2. Improvement proposal

Encourage and support teachers to enrol and complete R&D projects.

9.4.3. Tempo de implementação da medida

1 a 3 anos.

9.4.3. Implementation time

1 to 3 years.

9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.4.5. Indicador de implementação

Número de projectos submetidos a candidaturas.

9.4.5. Implementation marker

Number of proposed projects.

9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

9.5.1. Debilidades

-as principais debilidades prendem-se com questões de pontualidade e falta de autonomia espírito participativo.

9.5.1. Weaknesses

-the major weaknesses are related to the punctuality and lack of autonomy and participation spirit.

9.5.2. Proposta de melhoria

*-criar regras para cumprimento de horários;
-insistir nas componentes práticas e de apresentação oral no sentido de promover o à vontade e a massa crítica necessários ao perfil que o curso exige;
-dinamizar acções (e. g. organização de eventos pelos alunos e núcleo de estudantes) que impulsionem o envolvimento dos alunos e das entidades locais/regionais.*

9.5.2. Improvement proposal

*-create rules to meet schedules;
-insist on practical component and oral presentations to promote the ease and the critical mass necessary to the profile that the course demands.
-advancing a set of actions (e.g students organizing events) that lead to the involvement of students and local / regional authorities.*

9.5.3. Tempo de implementação da medida

2 anos.

9.5.3. Implementation time

2 years.

9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média.

9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium.

9.5.5. Indicador de implementação

*-número de fichas das unidades curriculares redefinidas ao nível da avaliação contínua incrementando a pró-atividade dos alunos;
-número de participações em eventos externos e organizações internas de eventos com a participação de alunos ou núcleo de estudantes.*

9.5.5. Implementation marker

*-number of curricular units reorganized in such a way that the continuous evaluation promotes pro-activity of students;
-number of participations on external events and organization of internal events organized with the participation of students or association of students.*

9.6. Processos

9.6.1. Debilidades

*-falta de preparação de docentes e alunos para a transformação do processo de ensino/aprendizagem centrado na transmissão de conhecimento para um processo educativo centrado nos resultados esperados da aprendizagem e no desenvolvimento de competências;
-a generalidade dos instrumentos de monitorização e revisão não está integrada num sistema interno de garantia de qualidade do processo educativo;
-utilização incipiente dos instrumentos de monitorização e de revisão, nomeadamente no que diz respeito ao funcionamento dos planos de estudos.*

9.6.1. Weaknesses

*-lack of preparation of teachers and students to transform the teaching and learning focused on imparting knowledge to an educational process focused on the outcomes of learning skills;
-the majority of instruments for monitoring and review is not integrated into a system of internal quality assurance of the educational process;
-incipient-use instruments for monitoring and review, particularly as regards the functioning of study plans.*

9.6.2. Proposta de melhoria

*-implementação de um sistema de garantia de qualidade do processo de ensino/aprendizagem, baseado em instrumentos informáticos, com uma estrutura e formatação que oriente os docentes e alunos no sentido de centrar o projecto dos cursos, das suas áreas científicas e respectivas unidades curriculares, nos resultados esperados da aprendizagem (REA) e no desenvolvimento de competências;
-revisão dos seguintes instrumentos (formulários) já existentes: desenho e revisão dos projetos dos cursos, das suas áreas científicas, e monitorização do seu funcionamento;
-aprofundamento do formulário das unidades curriculares de modo a centrar os docentes e alunos na relação REA - Métodos de Ensino/Aprendizagem - Métodos de Avaliação;
-aprofundamento do formulário das unidades curriculares, ou criação de um novo instrumento, que estabeleça a relação REA - Tarefas/actividades de Ensino/Aprendizagem - Tempo estimado de trabalho do aluno - Critérios de avaliação.*

9.6.2. Improvement proposal

*-implementation of a quality assurance system for teaching and learning, with a structure and format that constrain and guide the teachers and students in order to focus the design of courses, their scientific component and their curricular units in learning outcomes and skills development;
-review of the existing instruments (forms): design and review of study cycle syllabus and monitoring of its operation;
-change the courses form in order to focus the teachers and students in the relation Learning outcomes - Methods of Teaching / Learning - Evaluation Methods;*

-change the curricular units forms, or creating a new instrument that establishes the relationship Learning outcomes - Tasks / Activities for Teaching / Learning - Estimated time of student work - Evaluation criteria.

9.6.3. Tempo de implementação da medida

-3 anos para a implementação de um sistema de garantia de qualidade do processo de ensino/aprendizagem;

-1 a 2 anos para a revisão e optimização de instrumentos.

9.6.3. Implementation time

-3 years for the implementation of a quality assurance system for the learning/teaching process;

-1 to 2 years for the revision and change of instruments.

9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média.

9.6.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium.

9.6.5. Indicador de implementação

Número de instrumentos criados/revistos e integrados no sistema interno de garantia de qualidade do processo de ensino/aprendizagem.

9.6.5. Implementation marker

Number of instruments and mechanisms created/reviewed and integrated in the internal quality assurance system.

9.7. Resultados

9.7.1. Debilidades

-integração ainda débil de actividades científicas e tecnológicas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais;

-cooperação incipiente com a comunidade em actividades de natureza científica e tecnológica;

-prestação de serviços à comunidade com pouco peso no orçamento da instituição.

9.7.1. Weaknesses

-still-weak integration of scientific and technological activities in projects and/or national and international partnerships;

-incipient-cooperation with the community in activities of scientific and technological nature;

-provide services to the community with little expressiveness on the budget of the institution.

9.7.2. Proposta de melhoria

-dinamização da Unidade de Transferência de Conhecimento e Tecnologia vocacionada para a investigação aplicada, concretizar o desenvolvimento e a transferência de conhecimento e de tecnologia para a comunidade de modo a: i) promover a competitividade do IPB, fomentando o desenvolvimento social e económico da comunidade envolvente; e ii) potenciar a cooperação internacional com ênfase nas relações transfronteiriças;

-valorização das actividades desenvolvidas pelos docentes neste contexto, no âmbito da avaliação do corpo docente.

9.7.2. Improvement proposal

-boost the Unit for Technology and Knowledge Transfer, dedicated to applied research, to promote the competitiveness of the IPB and the social and economic development in the surrounding community and to enhance border and international cooperation;

-support the activities developed by teachers in this context.

9.7.3. Tempo de implementação da medida

3 anos.

9.7.3. Implementation time

3 years.

9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média.

9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium.

9.7.5. Indicador de implementação

Número de projectos desenvolvidos e valor de receitas provenientes da cooperação com a comunidade.

9.7.5. Implementation marker

Number of projects developed and increase of the institution budget.

10. Proposta de reestruturação curricular

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

As horas de contacto de todas as unidades curriculares com exceção de Projeto/Estágio se alterem passando a fixar-se nas 60 horas.

10.1.1. Synthesis of the intended changes

The contact hours for all units except for Project / Internship is going to be settle in 60 hours.

10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida

Mapa XI - Nova estrutura curricular pretendida

10.1.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.1.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.1.2.2. Grau:

Licenciado

10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
(0 Items)		0	0

<sem resposta>

10.2. Novo plano de estudos

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 1.º semestre

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

1.º semestre

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

1st semester

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Informática	Inf	Semestral	162	TP: 30; PL: 30	6	-
Direito do Marketing I	Dto	Semestral	162	TP: 60	6	-
Noções de Gestão	EG	Semestral	162	TP: 60	6	-
Noções Gerais de Contabilidade	EG	Semestral	162	TP: 60	6	-
Elementos de Marketing I	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
(5 Items)						

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 2.º semestre

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)*<no answer>***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd semester*

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan						
Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inglês Técnico e Comercial	Lng	Semestral	162	TP: 60	6	-
Matemática	MMQ	Semestral	162	TP: 60	6	-
Direito do Marketing II	Dto	Semestral	162	TP: 60	6	-
Metodologias e Comunicação	CCm	Semestral	162	TP: 60	6	-
Elementos de Marketing II	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
(5 Items)						

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 3.º semestre**10.2.1. Ciclo de Estudos:***Marketing***10.2.1. Study Cycle:***Marketing***10.2.2. Grau:***Licenciado***10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***3.º semestre***10.2.4. Curricular year/semester/trimester:***3rd semester*

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan						
Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estatística	MMQ	Semestral	162	TP: 45; PL: 15	6	-
Semiótica	CCm	Semestral	162	TP: 60	6	-
Controlo de Gestão	EG	Semestral	162	TP: 60	6	-

Economia	EG	Semestral	162	TP: 60	6	-
Comportamento do Consumidor	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
(5 Items)						

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 4.º semestre

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

4.º semestre

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

4th semester

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estatística Aplicada	MMQ	Semestral	162	TP: 45; PL:15	6	-
Design	CCm	Semestral	162	TP: 60	6	-
Sistemas de Informação para a Gestão	Inf	Semestral	162	TP: 15; PL: 45	6	-
Marketing Industrial e de Serviços	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
Comunicação em Marketing	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
(5 Items)						

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 5.º semestre

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

5.º semestre

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

5th semester

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Elementos de Finanças Empresariais	EG	Semestral	162	TP: 45; PL:15	6	-
Multimédia	Inf	Semestral	162	T:15; PL: 45	6	-
Gestão de Aprovisionamentos e Logística	EG	Semestral	162	TP: 30; TP:30	6	-
Marketing Estratégico e Internacional	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
Pesquisa de Mercados e Métodos de Previsão	Mkt	Semestral	162	TP: 45; PL: 15	6	-
(5 Items)						

Mapa XII – Novo plano de estudos - - 6.º semestre

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing

10.2.1. Study Cycle:

Marketing

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

6.º semestre

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

6th semester

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Tecnologias da Comunicação	Inf	Semestral	162	TP: 30; PL: 30	6	-
Gestão Comercial	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
Gestão de Produtos e Marcas	Mkt	Semestral	162	TP: 60	6	-
Projeto / Estágio	Mkt	Semestral	324	Projeto= S: 5; Estágio= S: 5; E=225	12	-
(4 Items)						

10.3. Fichas curriculares dos docentes

Mapa XIII

10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.3.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

10.3.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

10.3.4. Categoria:

<sem resposta>

10.3.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

<sem resposta>

10.3.6. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>

10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)

Mapa XIV

10.4.1.1. Unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

<sem resposta>

10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

10.4.1.5. Syllabus:

<no answer>

10.4.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

<sem resposta>

10.4.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

<no answer>

10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

<sem resposta>

10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

<no answer>

10.4.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

<sem resposta>

10.4.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

<no answer>

10.4.1.9. Bibliografia principal:

<sem resposta>